

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra cestovního ruchu



Studijní program: N 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání - cestovní ruch

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Strategie trhu služeb cestovního ruchu na regionální úrovni.

Vedoucí diplomové práce:

RNDr. Blažena Gehinová

Autor:

Bc. Jana Šustrová

2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svoji diplomovou práci na téma „Strategie trhu služeb cestovního ruchu na regionální úrovni“ vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu se §47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě ekonomickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích, dne..... ..

Bc. Jana Šustrová

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala paní RNDr. Blaženě Gehinové za její odbornou spolupráci, cenné připomínky a ochotu při vedení mé diplomové práce.

Dále děkuji svým blízkým, rodině a přátelům za psychickou podporu a trpělivost, bez kterých by zřejmě tato práce nemohla vzniknout.

OBSAH

1	ÚVOD	1
2	LITERÁRNÍ PŘEHLED	3
	2.1 Vymezení a definice cestovního ruchu	3
	2.2 Služby – pojem, povaha a klasifikace.....	5
	2.3 Použitá terminologie.....	7
	2.3.1 Marketingová terminologie	7
	2.3.2 Poskytovatelé služeb cestovního ruchu	8
	2.3.3 Služby cestovního ruchu.....	8
	2.3.4 Účastník cestovního ruchu	10
3	METODIKA PRÁCE.....	11
4	SITUAČNÍ ANALÝZA OBLASTI.....	15
	4.1 Poloha	15
	4.2 Historie oblasti.....	17
	4.3 Přírodní podmínky	20
	4.3.1 Geomorfologické podmínky.....	20
	4.3.2 Klimatické podmínky	20
	4.3.3 Hydrologické podmínky.....	21
	4.3.4 Biologické podmínky	21
	4.4 Socioekonomické podmínky	22
	4.4.1 Obyvatelstvo.....	22
	4.4.2 Občanská vybavenost	23
	4.4.3 Ekonomické podmínky.....	24
5	ANALÝZA TRHU CESTOVNÍHO RUCHU	27
	5.1 Analýza potenciálu na straně nabídky	28
	5.1.1 Primární potenciál	28
	5.1.1.1 Přírodní atraktivity.....	28
	5.1.1.2 Společenské atraktivity.....	32
	5.1.2 Sekundární potenciál.....	39
	5.1.2.1 Základní služby.....	40
	5.1.2.2 Doplnkové služby.....	44

5.1.3	Terciární potenciál.....	47
5.1.3.1	Propagace.....	47
5.1.3.2	Organizace v oblasti cestovního ruchu.....	49
5.2	Analýza potenciálu na straně poptávky.....	53
5.2.1	Hodnocení úrovně služeb.....	53
5.2.1.1	Ubytovací služby.....	53
5.2.1.2	Stravovací služby.....	56
5.2.1.3	Dopravní služby.....	58
5.2.1.4	Doplňkové služby.....	59
5.2.2	Souhrnné zhodnocení pobytu na Lipensku.....	61
5.2.3	Profil návštěvníka Lipenska.....	62
5.2.4	Shrnutí výsledků.....	67
5.2.5	Diskuse.....	67
6	SWOT ANALÝZA.....	70
6.1	SW analýza – analýza slabých a silných stránek v mikroregionu.....	72
6.2	OT analýza – analýza příležitostí a ohrožení mikroregionu.....	75
6.3	Výsledky SWOT analýzy.....	77
6.4	Odvození strategie trhu služeb cestovního ruchu.....	82
7	SYNTÉZA.....	84
7.1	Hlavní východiska a strategické cíle.....	84
7.2	Syntéza předpokládaných pracovních hypotéz.....	86
7.3	Marketingová strategie fiktivního zařízení služeb cestovního ruchu.....	88
7.4	Návrhy a opatření forem služeb cestovního ruchu.....	93
7.5	Volba strategie a formulace věcného harmonogramu.....	100
8	ZÁVĚR.....	101
9	SUMMARY.....	103
10	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	104
11	SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ.....	108
12	SEZNAM PŘÍLOH.....	110

1 Úvod

Růst světové ekonomiky a s ním související zvyšování životní úrovně v celé řadě zemí vedlo ve druhé polovině minulého století k rozšiřování cestovního ruchu, přičemž největší rozvoj byl zaznamenán v poslední čtvrtině 20. století. Cestovní ruch se tak stal významným společenským, kulturním a ekonomickým jevem. Cestování a cestovní ruch jsou aktivity, jejichž souhrn celosvětově představuje jeden z největších ekonomických stimulů. Na cestování a aktivitách spojených s cestovním ruchem se každoročně podílí značná část světové populace. Cestování lidí za poznáním, rekreací, sportem, kulturou, z náboženských důvodů anebo jen za účelem trávení volného času a rovněž tak z pracovních a obchodních důvodů se stalo neodmyslitelnou součástí života lidí a současného životního stylu. [43]

Cestovní ruch se stal již dávno jako z mnoha příčin extenzivně i intenzivně rostoucí fenomén globálně působícím faktorem. Již dávno nelze tvrdit, že je „čistým odvětvím podnikání“ a omezovat svoje úvahy o něm pouze „na samá pozitiva a jistoty“. Intenzivní cestovní ruch, mnohými svými představiteli označovaný jako „průmysl cestovního ruchu“, výrazně mění mnohé destinace k obrazu potřeb či spíše předpokládaných potřeb návštěvníků. [39] Mezi tyto destinace patří právě i Česká republika na národní úrovni a zkoumaný mikroregion Lipensko na regionální úrovni. Tato tradiční oblast cestovního ruchu zaznamenává v současnosti velmi dynamický nárůst návštěvnosti zařízeních služeb cestovního ruchu. Díky rostoucí poptávce po bezpečných domácích destinacích a spojení unikátních přírodních i kulturních podmínek Lipenska můžeme předpokládat pokračování tohoto příznivého trendu a je proto nezbytné analyzovat současnou situaci pro naplňování budoucí strategie.

Mezi první podniky, v nichž začnou účastníci cestovního ruchu utrácet své finanční prostředky, patří zařízení služeb cestovního ruchu. Ta jim musí zajistit uspokojení primárních i sekundárních potřeb a zároveň tyto podniky musí dosahovat optimální výše svého zisku. Služby cestovního ruchu, nebo-li organizačně – personální zajištění, nazývané též jako sekundární nabídka cestovního ruchu, jsou základní podmínkou pro realizaci cestovního ruchu a hrají v něm klíčovou roli. Právě proto tématem této diplomové práce je „Strategie trhu služeb cestovního ruchu na regionální úrovni“ a navazuje na výsledky předchozí bakalářské práce na téma: „Analýza poptávky ubytovacích služeb ve vybraném regionu“. Zatímco v bakalářské práci byla obsahem pouze problematika ubytovacích

služeb a hotelnictví z pohledu hostů, tedy jen poptávková strana části trhu služeb cestovního ruchu, tak v diplomové práci je vyhodnocen mikroregion Lipensko v kontextu celého trhu služeb cestovního ruchu. Práce se bude zabývat nejenom situační analýzou oblasti a trhu služeb cestovního ruchu, ale i ideovým návrhem rozvoje a strategie trhu všech služeb v mikroregionu Lipensko na základě požadavků poptávky a v souladu se světovými trendy.

2 Literární přehled

2.1 Vymezení a definice cestovního ruchu.

V dnešní moderní společnosti se stal cestovní ruch její neodmyslitelnou součástí a je v současnosti předmětem zkoumání několika vědních disciplín – ekonomie, geografie, sociologie, psychologie a pedagogiky cestovního ruchu. Ovšem toto odvětví pro tuto svou složitost, mnohooborovost a průřezovost je obtížné jednotně a přesně definovat jak z hlediska teorie i praxe. Autoři se svých definicích liší a zdůrazňují různé stránky této vědní disciplíny.

Mnozí autoři se pokoušeli cestovní ruch definovat již od počátku 20. století. Mezníkem ve výzkumu a definování cestovního ruchu se stala definice švýcarských autorů W. Hunzíkera a K. Krapfa (1942). Cestovní ruch definují jako: „Cestovní ruch je souhrnné označení vztahů a jevů, vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a není s ním spojena žádná výdělečná činnost“. [16, s. 8] Tato definice se stala základem pro další definování cestovního ruchu, zejména v poválečném období. Naproti tomu E. Kopšo (1969) vymezuje cestovní ruch v poněkud zúžené podobě z hlediska motivace: „Cestovní ruch je forma uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka mimo běžné životní prostředí a ve volném čase“. [16, s. 9] Na vysokoškolské půdě je často používána definice J. Kašpara (1985), který chápe cestovní ruch jako: „Cestování a dočasný pobyt lidí mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase a to za účelem rekreace, poznání a spojení mezi lidmi“. [16, s. 9] Akceptovanou se stala i formulace C. Kaspara (1989), která cestovní ruch vymezuje jako „Souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu (rozuměj místo cestovního ruchu) není ani místem trvalého bydliště ani místem pracoviště“. [16, s. 9]

Na mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, kterou pořádala UNWTO v roce 1991 v Ottavě, byly základní pojmy cestovního ruchu unifikovány. Vznikla tak mezinárodně uznávaná definice, podle níž: „Cestovní ruch (tourism) je činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“ [16, s. 10]. Tato definice z pojmu

cestovního ruchu vylučuje cesty v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přistěhování za prací a dlouhodobé migrace. [16, s. 11]

Zjednodušeně je pojem cestovní ruch specifikován v kombinaci s pojmem cestování i v české verzi evropské normy EN 1309:2003, která má status české technické normy. Pod cestováním a cestovním ruchem rozumí: „Činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“. [32] Na rozdíl od definice UNWTO tato definice nevyklučuje kongresový a obchodní cestovní ruch.

V současnosti se cestovním ruchem zabývá mnoho dalších autorů. Z českého prostředí je možné jmenovat mimo jiné M. Čertíka, V. Hralu, V. Malou, J. Indrovou, J. Šípa, J. Zelenku, M. Heskovou, ze slovenského prostředí mimo jiné L. Novackou, J. Orišku, z jejichž publikací bylo také při zpracování této práce vycházeno. Například v publikaci „Geografie cestovního ruchu“ pohlízejí L. Kopačka, J. Šíp a V. Štěpánek (2001) na cestovní ruch poněkud z jiného úhlu. Podle nich je cestovní ruch: „Reálný socioekonomický volný systém, jehož základními stavebními prvky jsou subsystém nabídky, subsystém poptávky, subsystém realizační a vazby mezi nimi představující toky turistů, služeb, informací a finančních prostředků.“ [15, s.14] Snahou o sjednocení terminologie v českém prostředí bylo vydání publikace Cestovní ruch – výkladový slovník autorů M. Páskové a J. Zelenky (2002) Ministerstvem pro místní rozvoj.

Někteří zahraniční autoři učebnic, například A. M. Morrison (1995), užívají definici, která charakterizuje cestovní ruch jako: „Součást odvětví pohostinských služeb, přičemž odvětví pohostinství jezde charakterizováno jako souhrn ubytovacích služeb, stravovacích služeb a cestovního ruchu“. [2, s. 15]

2.2 Služby – pojem, povaha a klasifikace.

Problematikou služeb cestovního ruchu se zabývá celá řada světových i domácích odborníků, přičemž jejich přístupy se podstatně liší.

Ze zahraničních autorů se mimo jiné zabývá marketingem služeb A. Payne (1996) a pojem služba definuje jako: „Služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmataelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem“. [22, s. 14] Dále například podle M. Gúčik (2001): „Služby jsou ekonomické statky a jejich poskytování má tři fáze: připravenost na poskytování služby, proces poskytování služby a výsledek poskytnutí služby“. [6, s. 100] V odborné publikaci od M. Heskové (2006) „Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy“ je služba definována jako: „Ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užítkem, který přináší. Poskytnutí služby od výrobku se liší tím, že jde o nemateriální činnost.“ [6, s. 97]

Podle M. Heskové a J. Oriěšky můžeme vymezit tyto znaky služeb: „Všeobecné znaky – nemateriálnost služeb, vysoká spotřeba živé práce, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb, soulad poskytování s jejich spotřebou, simultánnost, pomíjivost služeb a speciální znaky služeb cestovního ruchu – časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementarita, zastupitelnost, mnohooborový charakter, zprostředkování, akontace, dynamika poptávky po službách cestovního ruchu, sezónnost, nevyhnutelnost informací o službách cestovního ruchu jejich kvalitě, neanonymní účastník cestovního ruchu“. [6, s. 100 - 103] A. Payne tyto znaky služeb shrnuje do čtyř vlastností: „Nehmataelnost – služby jsou do značné míry abstraktní a nehmataelné, proměnlivost – služby nejsou standardní a jsou vysoce proměnlivé, nedělitelnost – výroba a spotřeba služeb většinou probíhá současně a za účasti zákazníka, pomíjivost – služby nelze skladovat.“ [22, s. 15]

V této diplomové práci je vycházeno z charakteristiky a klasifikace služeb podle J. Oriěšky (1999), který definuje: „Služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společenský užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení

individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.)“ [20, s. 6] Z různorodosti služeb vychází jeho klasifikace z více hledisek a dělí služby: „Podle významu ve spotřebě na základní (dopravní, ubytovací a stravovací) a doplňkové; podle charakteru ve spotřebě na osobní a věcné; z hlediska ekvivalentnosti výměny na placené a neplacené; z prostorového hlediska na služby poskytované v místě trvalého bydliště, během přepravy do rekreačního prostoru a zpět a služby v rekreačním prostoru; z časového hlediska služby poskytované v sezónním a mimosezónním období; podle způsobu zabezpečování služby vlastní a zprostředkovatelské; z funkčního hlediska informační, dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkovatelské, lázeňské, kongresové, venkovského cestovního ruchu, průvodcovské, společensko-kulturní, sportovně-rekreační, animační, směnářské, pojistné, obchodní, komunální, horská služba a další služby.“ [20, s. 7 - 12]

Přístup autorů J. Kašpara (1986) nebo M. Heskové (1997) spočívá v zařazení služeb do celé materiálně technické základny cestovního ruchu a jejich vymezení v rámci celého produktu cestovního ruchu. Oproti jim například L. Novacká (2004) zkoumá podrobněji zejména pojištění a cestovní kanceláře, ubytovací a stravovací služby, dopravní služby, služby v středisku cestovního ruchu a průvodcovské služby. Spoluautorky V. Malá (2002) a J. Indrová (2004) se zabývají v rámci služeb zejména hotelovým managementem, ubytovacími službami, stravovacími službami a lázeňským cestovním ruchem. D. Škodová, Parmová (2003) se zabývá provozem služeb v cestovním ruchu, kde zdůrazňuje zkvalitnění péče o hosty a zvýšení tržního využití jednotlivých podniků díky posílení vazby hosta a podniku cestovního ruchu.

Terminologii pro ubytovací služby v České republice sjednocuje „Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky“, jež byla novelizována pro roky 2006 – 2009 a od 01.01.2008 má tato klasifikace i oporu v zákoně a to v normě ČSN 461100:2007.

2.3 Použitá terminologie.

2.3.1 Marketingová terminologie.

Kategorie mixu služeb

„Kategorie mixu služeb jsou čisté hmotné zboží, hmotný produkt se službou, hybrid, hlavní služba spolu s malým podílem zboží a dalších drobných služeb, čistá služba.“ [14, s. 422]

Marketing

„Marketing je sociální proces, při kterém jednotlivci a skupiny získávají to, co si přejí a co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními.“ [14, s. 28]

Marketingový mix služeb

„Marketingový mix je významným nástrojem prodeje. Sestává z různých prvků marketingového programu, které napomáhají úspěšnému zavádění marketingové strategie. Výchozí krok při rozhodování o marketingovém mixu závisí jak na umístění služby, tak na tržních segmentech, kterým je služba určena. Každý prvek marketingového mixu má vliv na ostatní komponenty.“ [22, s. 129]

„Základní nástroje marketingového mixu jsou čtyři, tvoří tzv. „4P“: product (výrobek nebo služba), price (cena), promotion (marketingová komunikace nebo propagace), place (způsob umístění na trhu).“ [2, s. 70]

„Vzhledem k tomu, že cestovní ruch má celou řadu specifických rysů, je pro něj charakteristické používání specifických marketingových nástrojů k nimž patří: people (lidé), partnership (spolupráce), package (vytváření balíčků služeb), programování (programme).“ [2, s. 70]

Marketingový výzkum.

„Marketingový výzkum spočívá ve specifikaci, shromáždění, analýze a interpretaci informací, které umožňují porozumět trhu, na kterém podniká nebo hodlá podnikat, identifikovat problémy, spojené s podnikáním na tomto trhu, a identifikovat příležitosti,

které se na něm pro podnikání vyskytují nebo mohou vyskytnout, a formulovat směry marketingové činnosti a hodnotit její výsledky.“ [10, s. 35]

„Nejčastěji se marketingový výzkum využívá pro výzkum trhu, výzkum konkurence, spotřebitelský výzkum, výrobní výzkum, výzkum propagace (reklamy), výzkum prodeje, prognostický výzkum a výzkum image.“ [10, s. 39]

2.3.2 Poskytovatelé služeb cestovního ruchu.

Dodavatelé.

„Mezi hlavní dodavatele služeb patří ubytovací a stravovací zařízení, dopravci (letecká, železniční, silniční, městská, vodní, námořní a ostatní doprava), atraktivity (přírodní atraktivity, společenské události, kulturní a historické objekty, tématické parky).“ [2, s. 71]

Zprostředkovatelé.

„Mezi hlavní zprostředkovatele služeb patří cestovní kanceláře a cestovní agentury, organizátoři incentivní a kongresové turistiky, manažeři a agentury služebních cest a jiní dealeři a zprostředkovatelé.“ [2, s. 71]

Marketingové organizace.

„Marketingové organizace jsou organizace měst, regionů, zemí nebo států, které podporují turistické využití těchto území.“ [2, s. 71]

2.3.3 Služby cestovního ruchu.

Dopravní služby.

„Dopravní služby umožňují přepravu účastníků cestovního ruchu mezi místem jejich trvalého bydliště a místem (střediskem) cestovního ruchu, mezi místy (středisky) cestovního ruchu a v místě (středisku) cestovního ruchu. Jsou podmínkou rozvoje cestovního ruchu a předpokladem realizace cílů účasti na cestovním ruchu. Jejich součástí jsou i služby, které s dopravou bezprostředně souvisejí. Jde například o poskytování informací o dopravním spojení, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodej dopravních cenin, úschovu a přepravu zavazadel a mnohé další. Jejich rozsah závisí na druhu použitého dopravního prostředku.“ [20, s. 8 - 9]

Doplňkové (komplementární) služby.

„Doplňkové služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (například sportovně-rekreační služby, společensko-kulturní služby, lázeňské služby, apod.).“ [20, s. 8]

Stravovací služby.

„Stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.“ [20, s. 9]

Trh služeb cestovního ruchu.

„Trhem cestovního ruchu rozumíme souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími služby cestovního ruchu (představujícími nabídku) a subjekty kupujícími služby cestovního ruchu (představujícími poptávku).“ [20, s. 5]

Ubytovací služby.

„Ubytovací služby souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu. Jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého cestovního ruchu. Jejich součástí jsou také služby, které s pobytem hosta v ubytovacím zařízení souvisejí. Jde o podávání informací, úschovu zavazadel a jejich přepravu v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschovu cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, podávání telegramů, prodej vybraných druhů zboží, časopisů, literatury, upomínkových předmětů, květin, praní a žehlení prádla, čištění a žehlení oděvů, sekretářské a další služby.“ [20, s. 9]

Základní služby.

„Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní, ubytovací a stravovací služby).“ [20, s. 7]

2.3.4 Účastník cestovního ruchu.

Návštěvník (visitor).

„Jakákoliv osoba, která cestuje do jiného místa než je místo jejího obvyklého pobytu na dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž účel návštěvy je jiný než výkon výtěžné činnosti v navštíveném místě.“ [21, s. 191]

Turista (tourist).

„Cestující, který se zdrží v navštíveném místě alespoň 24 hodin za účelem využití volného času a v tomto místě též přespí v hromadném nebo soukromém ubytovacím zařízení.“ [21, s. 295]

Výletník (excursionist).

„Dočasný návštěvník, který se v navštíveném místě nebo zemi zdrží pouze jeden den, tedy bez přenocování.“ [21, s. 319]

3 Metodika práce

V kapitole je popsán metodický postup a způsob realizace zpracovávání diplomové práce a naplnění jejích cílů. Průběh tvorby diplomové práce je možné rozdělit do několika časově navazujících fází.

Studium odborné literatury.

Přípravná fáze byla zahájena vyhledáváním odborných literárních pramenů zaměřených na problematiku základních a doplňkových služeb, marketingového výzkumu a metodu SWOT analýzy. Východiskem pro zpracování diplomové práce bylo studium odborné literatury knižní, časopisecké, novinové a internetové, která je uvedena v literárním přehledu a v seznamu použité literatury. Materiály byly získány v Univerzitní knihovně Jihočeské univerzity, v Městské knihovně v Táboře, Městské knihovně v Českých Budějovicích.

Rekognoskace regionu Lipensko z aspektu cestovního ruchu.

Rovněž byly začato shromažďování veškerých dostupných písemných i elektronických informací o vybraném regionu – tedy Lipensku s hlavním rekreačním střediskem Lipno nad Vltavou. Předmětem této fáze bylo zejména studium regionálních internetových stránek, propagačních materiálů, turistických průvodců, map, rozvojových strategií, plánů péče, publikací o daném regionu, regionálního tisku, regionálních statistických údajů a dalších materiálů získaných na městských a obecních úřadech a v informačních centrech regionu. Po té byl vymezen zkoumaný region pro účely této práce, jak je uvedeno kapitole situační analýza.

Analýza primárních zdrojů.

Selekcí všech dostupných zdrojů byly získány potřebné informace o tématu a regionu diplomové práce. Mezi získanými informacemi byla provedena vzájemná komparace a jejich utřídění. Tyto údaje byly se počaly zanalyzovat a zpracovávat do jednotné, komplexní a ucelené studie. Zejména byla provedena situační analýza regionu a analýza služeb cestovního ruchu.

Identifikace problému, stanovení pracovních hypotéz a cíle diplomové práce.

Před realizací sběru dat byly stanoveny předpokládané pracovní hypotézy, definovány potencionální problémy, určeny hlavní a dílčí cíle práce a její přínos.

Hlavním cílem práce je provést analýzu služeb cestovního ruchu ve vybrané oblasti Lipenska. Analyzovat možnosti partnerství při plánování a rozvoji služeb cestovního ruchu. Navrhnout optimální formy služeb cestovního ruchu pro letní i zimní sezónu. Na základě zadaného tématu bude tedy za pomoci dostupných materiálů a znalostí získaných studiem zkoumán trh služeb cestovního ruchu ve vymezené oblasti Lipenska.

Přínos práce spočívá v poukázání na skutečnosti ve vývoji trhu služeb cestovního ruchu, které nemusí být subjektům v této sféře na první pohled zřejmé. Rovněž je zpracován ideový návrh možností a doporučení pro poskytování služeb cestovního v regionu v souladu se zjištěnými požadavky poptávky a mezinárodními trendy. Práce může posloužit jako informační zdroj pro orgány veřejné správy, destinační organizace, pro malé a střední firmy a jiné subjekty při zpracování projektů, při stanovování marketingových strategií, při zpracování marketingových plánů a hledání tržních příležitostí.

V této fázi byly stanoveny následující **pracovní hypotézy**, se kterými v závěru práce při hodnocení zjištěných výsledků byla provedena syntéza.

- ✚ **PH1:** Rozvoj domácího cestovního ruchu – propagace Lipenska jako bezpečné destinace.
- ✚ **PH2:** Spokojenost návštěvníků Lipenska s úrovní služeb cestovního ruchu by mohla být vyšší.
- ✚ **PH3:** Ubytovací služby jsou oproti ostatním službám cestovního ruchu v regionu Lipensko vnitřní silnou stránkou regionu.
- ✚ **PH4:** Stravovací zařízení nejsou cenově dostupná českému návštěvníkovi.
- ✚ **PH5:** Zařízení doplňkových služeb na Lipensku nedokáží plně uspokojit specifické potřeby a požadavky poptávky.
- ✚ **PH6:** Český rekreační region dokáže „držet krok“ s vývojem služeb cestovního ruchu v zahraničí.
- ✚ **PH7:** V regionu je nerovnoměrnost a velké kvantitativní i kvalitativní rozdíly ve službách cestovního ruchu.
- ✚ **PH8:** Příliš vysoká koncentrace návštěvníků na jednom místě a rostoucí riziko devastace přírodního potenciálu.

Vytvoření návrhu marketingového výzkumu.

Výše popsané zvolené metody se staly podnětem ke zvolení další vědecké metody – vytvoření návrhu výzkumu. Ten byl zaměřen na určení úrovně poptávky a spokojenosti se službami v regionu Lipensko. Pro oblast ubytovacích služeb byly využity souhrnné výsledky již minulého šetření.

Byl sestaven plán marketingového výzkumu, který umožnil dosažení výše stanovených cílů a přínosů. Projekt výzkumu obsahoval ideu a koncepci projektu, dále pak strukturu a časový harmonogram projektu.

Výběr základní výzkumné metody a sběr dat.

Aktualizace dosavadních dat, sběr nových dat a jejich shromáždění v terénu byly zaměřeny na tyto metody: návštěvy místních zařízení služeb cestovního ruchu, rozhovory se zaměstnanci a s klienty, pořízení obrázkové přílohy, zápisků, sběr propagačních materiálů a pátrání po již provedených analýzách návštěv atraktivit regionu. Jako základní výzkumná metoda bylo vybráno dotazování.

Vlastní sběr dat byl zahájen na počátku letní turistické sezóny v červnu 2007 a trval až do konce září 2007. Místem jeho realizace byly zařízení služeb cestovního ruchu na Lipensku.

Při šetření autorka diplomové práce vystupovala jako tazatelka osobně versus respondent a využila nástroje dotazníku jako strukturovaného seznamu otázek. Formulář dotazníku je zařazen v přílohách. Technika sběru dat byla realizována tedy formou osobního a zčásti i písemného dotazování. Otázky do dotazníku byly zvoleny výsledkové (přímé získávání údajů), přímé a uzavřené, ale i otevřené. Podařilo se získat zodpovězených dotazníků od 220 respondentů různých národností.. Při osobním dotazování docházelo ke komunikaci s respondenty osobně tzn. „tváří v tvář“ a získala se tak velmi cenná data. Při písemném dotazování bohužel došlo k nízké návratnosti dotazníků nebo k jejich znehodnocování, k neúplným odpovědím a nečitelnosti. Proto muselo dojít k zaměření se spíše na osobní dotazování, kdy probíhala komunikace s respondenty nejen česky, ale i německy, popř. anglicky.

Čas sběru dat : 01.06. až 25.09. 2007 (4 měsíce).

Místo sběru dat: obce Lipenska (zařízení služeb cestovního ruchu).

Metody a techniky sběru dat: písemně i osobně – v ČJ, AJ, NJ.

<i>Kdo byl respondentem:</i>	účastník cestovního ruchu (pouze osoba starší 15 let, za skupinu nebo rodinu vždy jen 1 respondent).
<i>Celkový počet respondentů:</i>	230 respondentů.
<i>Počet nevyhodnocených dotazníků:</i>	10 dotazníků (nečitelnost, neúplnost, znehodnocení).
<i>Počet vyhodnocených dotazníků:</i>	220 dotazníků zpracováno do výsledné interpretace výsledků šetření.
<i>Podíl vyhodnocených dotazníků:</i>	95,65 % dotazníků zpracováno do výsledné interpretace výsledků šetření.

Marketingová analýza dat.

Všechna data a získané informace byly vyanalyzovány pomocí marketingového statistického nástroje – SWOT analýzy. Nejprve byla provedena SW analýza – analýza slabých a silných stránek v mikroregionu z hlediska závažnosti a ve vzájemných souvislostech. Poté se mohlo přistoupit k realizaci OT analýzy – analýzy příležitostí a ohrožení mikroregionu. Po seskupení obou těchto částí vyplynuly výsledky SWOT analýzy a odvozené strategie trhu služeb cestovního ruchu a doporučení pro praxi na základě křížového vyhodnocování.

Zpracování a prezentace závěrečné práce, včetně syntézy pracovních hypotéz.

Po zhodnocení všech hledisek byl v syntéze stanoven současný význam a potenciální budoucí rozvoj partnerství a forem služeb cestovního ruchu.

Výsledek dotazníkového šetření je interpretován ve formě tabulek a grafů, popř. schémat a slovního komentáře. Data, jež byla získána dotazníkovým šetřením, jsou zpracována pomocí počítačového programu Excel. Ve slovním komentáři a následné diskusi jsou hodnoceny výsledky šetření, možné relativní chyby a jejich příčiny. Výsledek marketingového výzkumu je prezentován v práci jako potenciál služeb cestovního ruchu na straně poptávky.

Po syntéze předpokládaných pracovních hypotéz a na základě výše popsaných metod bylo přistoupeno k segmentaci trhu, výběru marketingové strategie pro trh služeb cestovního ruchu, k aktivizaci marketingového mixu a k naplánování realizačního plánu.

4 Situační analýza oblasti

4.1 Poloha.

Pod pojmem Lipensko je pro účely této práce chápána pohraniční mikroregion ležící na jihozápadním okraji České republiky, v jižním cípu Jihočeského kraje a v jihozápadní části území bývalého okresu Český Krumlov a malé části bývalého okresu Prachatice. Bývalý Českokrumlovský okres sousedí s Českobudějovickem a Prachatickem a na jihu probíhá po státní hranici s Rakouskem přibližně v délce 80 km. Pro lepší lokalizaci Lipenska je přiložena příloha č. 1 - Oblast Lipenska na mapě.

Zároveň se Lipensko nachází v Chráněné krajinné oblasti Šumava (dále CHKO Šumava) a část leží na území Národního parku Šumava (dále NP Šumava). Ekonomicky a z aspektu cestovního ruchu je přínosné chápat lipenský region jako výchozí bod s materiálně-technickým zabezpečením a „vstupní bránu“ do CHKO Šumava a NP Šumava.

Lokalizace podle České centrály cestovního ruchu, která je v souladu s označením úrovní užívaných Evropským Společenstvím, je následující:

- 🇨🇪 území NUTS 1: Česká republika;
- 🇨🇪 území NUTS 2: Jihozápad;
- 🇨🇪 území NUTS 3: Jihočeský kraj;
- 🇨🇪 území NUTS 4: okres Český Krumlov, okres Prachatice;
- 🇨🇪 území NUTS 5: obce a města Lipenska (Černá v Pošumaví, Horní Planá, Frymburk, Hořice na Šumavě, Lipno nad Vltavou, Loučovice, Nová Pec, Přední Výtoň, Vyšší Brod);
- 🇨🇪 turistický region: Šumava;
- 🇨🇪 turistická oblast: Šumava – východ.

Pro potřeby vědeckého výzkumu byl vybraný region Lipensko vymezen jako obce ležící při březích Lipenské přehrady a při horním toku Vltavy. Většina obcí Lipenska se nachází na levém břehu Lipenské přehrady, protože pravý břeh před rokem 1989 spadl do pohraničního pásma a vojenského výcvikového prostoru. Rovněž do mikroregionu Lipensko je zahrnuto i Vyššebrodsko, tedy oblast horního toku řeky Vltavy. Základní popisné charakteristiky obcí Lipenska jsou obsaženy v příloze č. 8 - Obce a města na Lipensku.

Mikroregion má převážně venkovský charakter s velmi roztráštěnou sídelní strukturou. Významnými obcemi jsou na levém břehu vodní nádrže Lipno - Lipno nad Vltavou, Frymburk, Černá v Pošumaví, Hořice na Šumavě, Horní Planá; na pravém břehu - Přední Výtoň, Nová Pec a na horním toku řeky Vltavy - Loučovice, Vyšší Brod. Vzhledem k tomu, že jih a jihozápad zájmového území tvoří přirozená bariéra pohoří Šumava a zároveň umělá bariéra státních hranic, je spádovost k centřům vyššího řádu výhradně severním směrem do vnitrozemí. Nejvýznamnější z těchto vazeb je na město Český Krumlov a dále pak na jihočeskou metropoli České Budějovice. Důležité jsou též vazby na sousední Rakousko a Bavorsko.

Celková rozloha mikroregionu je přibližně 850 km², což představuje 8,5 % celkové rozlohy Jihočeského kraje a představuje tak největší mikroregion na území jihočeského kraje.

Při celkovém hodnocení polohy lze konstatovat, že dříve nevýhodná periferní lokalizace území v rámci České republiky je v současné době stále více kompenzována výhodami blízkosti geopolitické hranice s Rakouskem. [38, 47, 56]

4.2 Historie oblasti.

Původní osídlení oblasti bylo keltské a zaniklo patrně v období přelomu letopočtu. Z období od počátku našeho letopočtu se nezachovaly žádné zprávy, tudíž se předpokládá, že jde o dobu odlivu osídlení. Druhá kolonizační vlna, tentokrát Slovany, mezi lety 1000 – 1200 kultivovala území původně osídlené Kelty. Celé území přibližně do poloviny 15. století pokrývaly neporušené pralesy. Přesto již v dávných dobách zde existovaly četné historické stezky a hraniční přechody, podél nichž vznikala sídliště.

Šumava začala být postupně odlesňována, v údolích kultivována zemědělská půda a od roku 1500 byly přibližně třetina území Šumavy osídlena. V této době rovněž vznikala jádra většiny dnešních sídelních útvarů.

Zásadní význam pro utváření dnešních lesních a nelesních ekosystémů Šumavy měla až novější kolonizace v 17. a 18. století, která byla spojena s rozvojem sklářství. V této době se výrazně zmenšovaly plody pralesů, vznikaly nové dřevorubecké osady a s nimi i nové typy do té doby neexistujících sídlišť. Vznikla tak současná krajinná struktura.

Na základě „mnichovské dohody“ byly v roce 1938 lipenské obce přičleněny k Německu. Po druhé světové válce nastaly podstatné změny v dosud tradičním využívání krajiny. Původní obyvatelé německé národnosti jsou na základě rozhodnutí vítězných mocností a na podkladě dekretů presidenta Beneše odsunuti do Rakouska a západního Německa. Další změny spočívaly v téměř čtyřicetiletém útlumu všech činností v pohraničním pásmu a byly následovány i razantním poklesem obyvatelstva. Šumava se ocitla vlivem politické a hospodářské situace na samém okraji zájmu. Lipenská krajina se podstatně změnila po napuštění lipenské přehrady v roce 1959, kdy byla zatopeny některé osady, pole i části zdejších obcí. Vedle zemědělství, lesnictví a práce v elektrárně začíná být dominantním rozvoj turistiky. Již na jaře začínají nájezdy turistů z bývalého východního bloku a tuzemska do místních kempů a ubytovacích zařízení a obce podél Lipenska postupně získávají rekreační ráz. Ale teprve „sametová revoluce“ vrátila celou šumavskou oblast, včetně Lipenska, široké veřejnosti. [53, 54, 56]

Historický vývoj cestovního ruchu v regionu.

Počátky rekreace a cestovního ruchu v regionu sahají tedy do 60. let minulého století, kdy byla dokončena stavba umělé vodní nádrže Lipno. Minulý režim zpřístupnil toto nové středisko obyvatelům tehdejšího Československa zejména pro vázaný cestovní ruch,

hlavně podnikovou rekreaci. Objekty vystavěné na Lipně byly tedy ve vlastnictví státu a státních podniků. Paralelně se zde začíná rozvíjet individuální chatová rekreace, tzv. „druhé bydlení“.

Novou epochu v rozvoji obce přinesl až pád železné opony, zpřístupnění pohraničních částí České republiky a tím i Lipenska na počátku 90. let minulého století. Rozvoj soukromého podnikání, změny vlastnických poměrů, příchod zahraničních turistů, otevření země zahraničním investorům, blízká vzdálenost hranice, velké množství kulturně – historických památek, přírodní atraktivita Šumavy – všechny tyto faktory podpořily existenci a význam cestovního ruchu v regionu.

Z dnešního pohledu je možno říci, že se obec Lipno nad Vltavou svého potenciálu chopila na české podmínky zcela unikátním, téměř ukázkovým způsobem. Ihned po pádu železné opony zahájila obec kompletní přepracování územního plánu obce a i přes minimální vlastní prostředky začala scelovat pozemky v katastru obce, mnohdy s využitím úvěrů a přes časté nechápavé a odmítavé reakce okolí. To vše s jediným cílem, připravit území, které bude možno nabízet potenciálním investorům se zájmem investovat v regionu do infrastruktury cestovního ruchu. Zvolený způsob určovalo několik faktorů, obec nedisponovala vlastními prostředky a veškeré úsilí soustředila především na přípravu podmínek pro příliv investorů, navíc již v počátcích 90. let pojal vedení obce na danou dobu zcela revoluční zásadu a to, že obec může vytvářet podmínky, investovat by však měl soukromý kapitál.

Vytrvalost a přesvědčení o správném postupu se potvrdili v roce 1997, kdy obec Lipno nad Vltavou zahájila jednání s holandským investorem, který zde v roce 2002 vybuodoval jeden největších jachetních přístavů v celé střední Evropě - dnes již velmi známý apartmánový komplex Marina Lipno. Investice dosahující více než jedné miliardy korun pro obec znamenala zásadní zlomový okamžik a odrazový můstek, který započal novou budoucnost dnes největšího a nejlépe vybaveného turistického střediska na Šumavě a v celém Jihočeském kraji.

Došlo zde k tzv. multiplikačnímu příjmovému efektu v regionu, kdy firmy dokázaly reagovat na příchod ubytovatele Landal Marina Lipno a vyplnit vzniklá tržní okénka na místním regionálním trhu a úspěšně začít nebo pokračovat ve svém životním cyklu. Například v několika posledních letech se významně zvýšila návštěvnost regionu i během dosud značně omezené zimní sezóny. Grafické vyjádření historického vývoje cestovního ruchu na Lipensku byl zpracován jako příloha č. 13 - Vývoj cestovního ruchu na Lipensku. [54, 56]

Historický vývoj služeb cestovního ruchu v regionu.

Od historického vývoje lipenského mikroregionu se odvíjel i vývoj služeb v něm. Před výstavbou lipenské přehrady tu existovaly pouze služby komunální a služby využívající místní obyvatelstvo, které byly na velmi nízké úrovni. Po výstavbě unikátního vodního díla se začaly vznikat základní služby cestovního ruchu, zejména objekty ubytovacích a stravovacích služeb, jež byly ovšem ve vlastnictví státu. V letech 1951 až 1956 byla modernizována železniční trať Lipno – Rybník. Dalším významným mezníkem ve vývoji služeb byla 90. léta, kdy se podniky cestovního ruchu dostávají po restitucích a privatizacích do rukou soukromého sektoru. Dochází k rekonstrukcím a modernizacím ubytovacích a stravovacích zařízení a vzniku nových zařízení komplementárních služeb. V několika posledních letech zde vznikají a rozvíjí se spolu s novými podniky i moderní formy služeb, například komerční informační centra, služby venkovského cestovního ruchu a počátek wellness služeb.

4.3 Přírodní podmínky.

Příroda a fyzicko – geografické podmínky jsou rozhodujícím fenoménem i návštěvnickým potenciálem Šumavy a Lipenska, jejichž ochrana má své principy a zákonitosti. V přírodě už je její živá (biotická) složka určována složkou neživou (abiotickou). Tedy vše, co návštěvníka uchvacuje svou krásou, co leze, létá, plave, roste a kvete, to vše závisí na faktorech, které ani moc nevnímáme - na zeměpisné poloze místa, reliéfu terénu, nadmořské výšce, klimatu, hydrologických poměrech a geologickém podkladu. [16]

4.3.1 Geomorfologické podmínky.

Lipensko se nachází na hranici Národního parku Šumava a Chráněné krajinné oblasti Šumava. Šumava náleží z geologického pohledu do oblasti moldanubika, což je oblast intenzivně přeměněných hornin a tvoří jižní část Českého masívu. Šumava je jedním z nejstarších pohoří Evropy, které je tvořeno horninami prahorního a prvohorního stáří, zejména žulami, rulami a svory. Vznik Šumavy spadá do období alpského vrásnění ve třetihorách. I když Šumava dosahuje značné nadmořské výšky, nepůsobí z české strany dojmem vysokého pohoří. Sklání se totiž do vnitrozemí pozvolna a přechází tak v pahorkatiny jižních i středních Čech.

Vody nádrže Lipno zaplavily část Vltavské brázdy, jež je úzkou sníženinou v reliéfu. Její dno, jež je poměrně vysoko položena, tvoří souvrství zvětralin, usazeniny údolní nivy a četná rašeliniště.

Na území Lipenska se rozkládá Přírodní park Vyššebrodsko a Národní přírodní rezervace Luč, Čertova stěna a Medvědí stěna a také Trojmezenská hornatina. [26, 29, 34]

4.3.2 Klimatické podmínky.

Podnebí Šumavy patří k střeoevropskému středohorskému typu. Podle klimatického členění náleží Lipno do mírně teplé oblasti. Má poměrně malé roční výkyvy teploty a poměrně vysoké srážky se stejnoměrným rozložením během celého roku. Oblast se vyznačuje horským, avšak v porovnání s jinými pohořími v České republice, mírnějším mezoklimatem. Průměrné roční teploty činí zhruba 3,5 – 5 ° C, průměrná teplota ve

vegetačním období se pak pohybuje mezi 10 – 11 ° C. Někdy vyšší teploty vzduchu způsobuje teplý vítr zvaný fén.

Průměrný úhrn srážek je dosti vyrovnaný a obvykle se pohybuje mezi 1 100 až 1 300 mm. V zimní části roku jsou srážky sněhové, ale sněhové podmínky jsou méně příznivé než v jiných českých či moravských horách. Sněhová pokrývka tu v průměru přetrvává 4 – 5 měsíců a dosahuje mocnosti okolo 1 m. [33, 40]

4.3.3 Hydrologické podmínky.

Celá oblast má značný vodohospodářský význam díky nadprůměrně příznivým hydrogeologickým poměrům. Pohořím Šumava probíhá evropské rozvodí mezi Černým a Severním mořem.

Dominujícím vodním objektem regionu je umělá vodní nádrž Lipno vystavěná v letech 1950 – 59 s největší vodní českou plochou 4650 ha, s délkou 40 km, s šířkou 16 km. Nádrž se stala hlavní přírodní atraktivitou oblasti vázající na sebe služby cestovního ruchu včetně lodní dopravy, vodních sportů, rekreace, rybářství a dalších aktivit zároveň je ovšem komunikační bariérou regionu, kdy nepřekročitelnost vodní plochy je v délce cca 42 km.

Částí regionu protéká horní tok řeky Vltavy. Lázeňské zdroje se v mikroregionu nevyskytují. [54, 56]

4.3.4 Biologické podmínky.

Bezprostřední okolí Lipenska je částečně odlesněnou oblastí, kde převládají smrkové monokultury, zbytky přirozeného lesa, reliktního boru a suťového lesa. Lipensko náleží z botanického hlediska do oblasti Středoevropské lesní květeny s málo výživnými půdami, proto je pro tuto oblast typická omezená pestrost druhů, ale s jejich hromadným výskytem (např. druh borovice zvaný blatka).

Zvířena Lipenska je poměrně pestrá. Zajímavé přírodní prostředí vzniklo po vybudování vodní nádrže, v jejímž okolí žije mnoho vzácných druhů vodních ptáků (např. orel mořský, volavka bílá, racek stříbřitý, kajka mořská). Z nižších obratlovců je zde zastoupeno okolo 30 druhů ryb. Nádrž je tedy nejenom rybářským rájem, ale i atraktivním prostředím pro ornitology. [28, 33, 34]

4.4 Socioekonomické podmínky.

Sociálně ekonomický vývoj příhraniční oblasti byl výrazně ovlivněn dopady desítky let přetrvávající izolace tohoto území, způsobené především existencí železné opony a celkově nepříznivými důsledky periferní polohy oblasti v rámci tehdejšího státu. Důsledkem neprodyšně uzavřené hranice byl stagnující hospodářský vývoj, vyliďňování příhraničního prostoru. Díky stavbě přehrad se v mikroregionu začíná rozvíjet pouze vázaný cestovní ruch a podniková rekreace.

Změny, které nastaly po roce 1990, ovlivnily společenskou a ekonomickou situaci v území. Pozitivní vývoj nastal v oblasti cestovního ruchu, zlepšení životního prostředí a přeshraniční spolupráce. Otevření hranic přineslo nabídku pracovních míst pro místní obyvatele, zejména v sousedním Rakousku. Na druhé straně restrukturalizace zemědělství přinesla dramatický pokles jeho ekonomického významu. [33]

4.4.1 Obyvatelstvo.

Urbanizační podmínky.

Mikroregion má převážně venkovský charakter s velmi roztržitou sídelní strukturou. Ve většině obcích a osadách žije méně než 2 000 obyvatel. Sídelní strukturu regionu do značné míry ovlivnil historický vývoj, který díky existenci hraničního pásma a omezení pohybu osob v něm, díky odsunu německého obyvatelstva, díky koncentraci obyvatel do větších sídel, díky výstavbě přehrad vyústil v zánik více než 80 sídel v daném území. [33, 56]

Demografické podmínky.

V regionu v posledním desetiletí došlo k přírůstku počtu obyvatel, k příznivému poměru mezi předproduktivním a postproduktivním věkem obyvatelstva. V mikroregionu trvale žije v průměru necelých 20 obyvatel / km², přičemž ani v nejhustěji zalidněných oblastech nedosahuje hodnota tohoto ukazatele poloviny celorepublikového průměru. Vzdělanostní struktura je v porovnání s průměry České republiky nižší, a to zejména ve skupině obyvatel s dokončeným vysokoškolským vzděláním. [33, 56]

Lidské zdroje.

Významným faktorem celkově nízké konkurenceschopnosti regionu je i přetrvávající velmi nízká kvalita lidských zdrojů. Tento faktor do značné míry ovlivňuje i atraktivnost regionu pro příliv kvalifikované pracovní síly. Vysoká míra nezaměstnanosti, sezónní nezaměstnanost a naprosto nedostačující občanská vybavenost však kvalifikované mladé lidi spíše odrazuje a region se tak potýká mimo jiné s problémem nedostatku adekvátních lidských zdrojů potřebných pro zajištění dalšího rozvoje. Tyto faktory mají dopad na atraktivitu území pro stávající i případně nové obyvatele území a do značné míry tak ovlivňuje celkovou demografickou situaci mikroregionu, tj. vzdělanostní a věkovou strukturu místních obyvatel. [33, 56]

4.4.2 Občanská vybavenost.

Zdravotnictví.

Zdravotní péče v mikroregionu Lipensko spadá pod nemocnici Český Krumlov. Ale jelikož je dojezdová vzdálenost do této nemocnice je poměrně velká, tak lékařské služby první pomoci a dopravní lékařské služby sídlí v Loučovicích a v omezeném provozu v minisezónu také v Horní Plané. Lékařská služba první pomoci zubní a lékárenská fungují jen ve městě Český Krumlov. Na Lipenské přehradě v letní sezóně funguje vodní záchranná služba ČCK MS Český Krumlov. Praktičtí lékaři v mikroregionu sídlí v Horní Plané, ve Frymburku a ve Vyšším Brodě a lékárny by mohli návštěvníci nalézt v Horní Plané, v Loučovicích, ve Frymburku a ve Vyšším Brodě. [54]

Školství.

Síť školských zařízení v regionu tvoří mateřské školy v Černé v Pošumaví, ve Frymburku, v Horní Plané, v Hořicích na Šumavě, v Loučovicích a ve Vyšším Brodě. Základní školy se nachází ve Frymburku, v Loučovicích, ve Vyšším Brodě a malotřídní třída v Černé v Pošumaví, v Hořicích na Šumavě a v Lipně nad Vltavou a škola v přírodě ve Frymburku. Speciální zvláštní škola vznikla v Loučovicích a v Horní Plané a dětský domov zajišťuje sociální péči pro děti a mládež v Horní Plané. Dále bychom v mikroregionu našli pracoviště praktického vyučování v Černé v Pošumaví, v Loučovicích, ve Frymburku a v Horní Plané. Školská zařízení vyššího řádu se v mikroregionu nevyskytují, nejbližší sídlí v bývalém okresním městě Český Krumlov, v Kaplici a ve Velešíně. [54]

Sport.

Mezi sportovní kluby v mikroregionu Lipensko patří tyto oddíly: Šumava Frymburk (fotbal, tenis, lyžování, Česká asociace sportu pro všechny), Šumavan Hořice na Šumavě (fotbal), Vltavan JIP Loučovice (cyklistika, kuželky, fotbal), Fotbalový klub Dynamo Vyšší Brod, Fotbalový klub Lipno, Sportklub Vyšší Brod (kanoistika, lyžování, Česká asociace sportu pro všechny), Tělovýchovná jednota Černá v Pošumaví (fotbal, lední hokej), Aurora Dog Musers Association (psí spřežení) a Ski-club Lipno (lyžování).

Ze zaměření těchto oddílů vyplývají i hlavní sportovní aktivity v oblasti, kterými jsou pěší turistika, cykloturistika, windsurfing, jachting, fotbal, tenis, volejbal, minigolf, jezdeckví a lyžování. [54]

Kultura.

Kulturní vyžití v mikroregionu pro místní obyvatele po celý rok není příliš bohaté. Mezi kulturní zařízení patří Kulturní a informační centrum Horní Planá (KIC), Umělecká agentura a provoz letního kina v Černé v Pošumaví, Kino Vyšší Brod, Bar Karambol a Diskotéka Monako ve Vyšším Brodě.

Dále zde sídlí Městská knihovna v Horní Plané, Obecní knihovny v Lipně nad Vltavou, v Loučovicích a v Hořicích na Šumavě. [54]

Technická infrastruktura.

V posledním desetiletí se úroveň a kvalita vybavenosti technickou infrastrukturou v regionu výrazně zlepšila. Zásahu na tom má především aktivita obcí podporovaná státní správou a v neposlední řadě i pomoc poskytovaná Evropskou Unií prostřednictvím programu přeshraniční spolupráce. I přesto přetrvává neuspokojivá situace především v oblasti zásobování a čištění vod a to zejména v malých a středně velkých obcích. Pro vytápění několika obcí se začínají uplatňovat ekologické technologie využívající obnovitelných zdrojů energie. [33]

4.5.3 Ekonomické podmínky.

Hospodářství.

Z hlediska hospodářství vždy celý region patřil k chudším podhorským a příhraničním oblastem s převažujícím zemědělstvím a řemeslnickou malovýrobou. Mezi tradiční hospodářská odvětví regionu patří zemědělská výroba, pivovarnictví, pastevečství, těžba a

zpracování dřeva, textilní výroba, sklářství, papírenství a tiskařství, těžba a zpracování železných rud, rašeliny a grafitu.

Současná situace na území Lipenska se od historického vývoje příliš neliší. Region je stále převážně průmyslově - zemědělskou oblastí. Avšak vzhledem k tomu, že již v minulosti se oblast profilovala jako rekreační lokalita, existuje zde významné zastoupení služeb cestovního ruchu. [56]

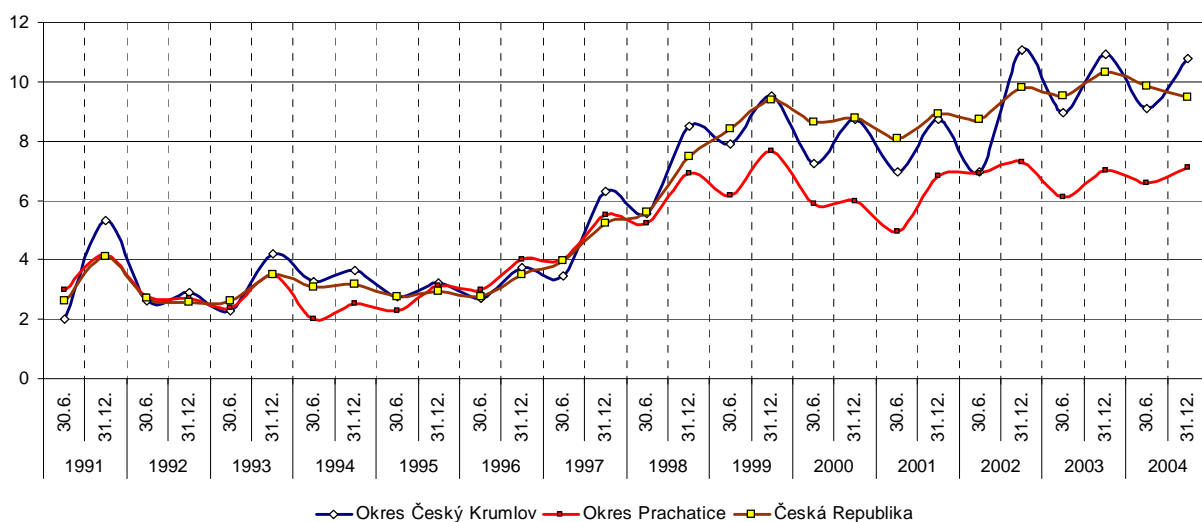
Zaměstnanost.

Region v oblasti terciéru disponuje značnými rezervami a zaměstnanost ve službách nedosahuje ani poloviny hodnoty, která je běžná v regionech s obdobným potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu.

Dopady historického vývoje, zejména pak pokračujícího trendu útlumu činnosti v zemědělství a pokračující úpadek místních průmyslových podniků v důsledku rostoucí konkurence v rámci globálního trhu jsou zcela nasnadě a v regionu Lipenska se projevují především velmi vysokou hladinou nezaměstnanosti, která v některých obcích dosahuje až téměř 19 %, přičemž se nevyhýbá ani populačně větším centrům.

Tuto skutečnost je potřeba vnímat jako velmi důležitou především proto, že i nadále bude pravděpodobně docházet k útlumu zemědělské produkce. Region se proto musí snažit v maximální možné míře zaměřit svoji pozornost na rozvoj perspektivního oboru služeb, a to zejména služeb cestovního ruchu, pro který v regionu existuje jednoznačně významný potenciál. [56]

Graf č. 1 - Vývoj nezaměstnanosti v okrese Č. Krumlov a Prachatice v letech 1991 – 2004.



Zdroj: [56].

Z grafu č. 1 je patrné, že nezaměstnanost v regionu ,díky výše uvedeným skutečnostem, vykazuje značný trend sezónnosti. Rozdíl v míře nezaměstnanosti v období zimních a letních měsíců činí mnohdy až 9 % v neprospěch zimy. To vše je doplněno negativní meziroční růstovou tendencí.

Aktuální míra nezaměstnanosti patří mezi hlavní identifikované problémy mikroregionu v oblasti trhu práce a zaměstnanosti. Jedná se o slabou stránku území, která svým dopadem ovlivňuje celkovou socioekonomickou situaci území.

Díky charakteru území, kde mezi významná hospodářská odvětví zaměstnanosti patří zemědělství a lesnictví, je sezónní nezaměstnanost zcela logicky velmi negativním faktorem ovlivňujícím životní úroveň místních obyvatel. [56]

5 Analýza trhu cestovního ruchu

Výchozí znaky pro analýzu trhu cestovního ruchu můžeme shrnout do pěti limitů života a rozvoje, jež zásadním způsobem ovlivnily nebo ovlivňují rozvoj lipenského regionu. Plošné, liniové i faktické bariéry škrtní velkou část území do 20 km dlouhého a 2 km širokého koridoru. V následující tabulce č. 1 jsou rozděleny tyto znaky do pěti limitů – historické, sociální, vojenské, ekologické a komunikační.

Limity historické, sociální a vojenské způsobily přerušení socio-historické vazby k území, zničení a zánik sídel a infrastruktury, dlouholeté zákazy vstupu a pobytu v území.

Výsledkem všech limitů je, že vazby a vztahy obcí a obyvatel jsou atomizovány a že neexistuje jednotící a jednotný, hlas, téma. [35, 56]

Tab. č. 1 - Výchozí situace – limity života a rozvoje.

Limity	Situace
historické	- existence železné opony
sociální	- odsuny obyvatel – výměna obyvatelstva a snížení jeho počtu
vojenské	- zákazy vstupu a pobytu v území (např. vojenský újezd Boletce – nepřístupno 26 000 ha území)
ekologické	- ochrana přírody (omezení života v NP a CHKO)
komunikační	- hranice (neprostupnost hranice v délce cca 50 km) - vodní plocha (nepřekročitelnost jezera v délce cca 42 km, nepřístupnost jeho pravého břehu) - nestabilní vodní hladina - špatná dostupnost z velkých aglomerací

Zdroj: Vlastní sestavení na základě [35].

5.1 Analýza potenciálu na straně nabídky.

Principy lokalizačního subsystému nabídky jsou založeny na aktivacích primárních, sekundárních a terciárních potenciálů cestovního ruchu. Ten je lokalizován do míst, která disponují pro cestovní ruch optimálními přírodními a společenskými atraktivitami, a zároveň jsou tato místa dobře vybavena infrastrukturou služeb s optimální podporou institucionální sféry. [16]

Pro lepší orientaci a přehlednost bylo vypracováno shrnutí potenciálu na straně nabídky jako příloha č. 7 - Obecná charakteristika mikroregionu Lipensko. Analýza nabídkové strany je doplněna fotografiemi v příloze č. 12 - Fotogalerie Lipenska.

5.1.1 Primární potenciál.

Primární potenciály představují přírodní a společenské atraktivity. Pestrost druhů, stupeň přitažlivosti a kvalita těchto atraktivit profiluje potenciální možnosti dané lokality, oblasti nebo regionu cestovního ruchu. [16]

5.1.1.1 Přírodní atraktivity.

Lipensko leží v CHKO Šumava a část v NP Šumava, což samo o sobě vede k výskytu řady přírodních atraktivit. Lipenské jezero je kromě šumavské přírody druhým rozhodujícím návštěvnickým potenciálem území. Lipensko má v České republice díky svému jezeru, přírodě, blízkosti a četnosti kulturních památek bezkonkurenční a celoroční návštěvnický potenciál. Byly vytipovány následující nejvýznamnější přírodní atraktivity mikroregionu Lipensko. [33]

Lipenská přehrada.

Umělé jezero je právem nazýváno jihočeským mořem. Jedná se o největší vodní plochu v České republice a současně nejvyšší stupeň vltavské kaskády. Technické parametry nádrže jsou: plocha cca 4650 ha, objem 306 milionů m³, nadmořská výška při maximálním vzduť hladiny 726 m, délka 48 km, maximální hloubka 21,5 m.

První reálný návrh na zkracení Vltavy na jejím horním toku s možností vybudování umělého jezera pocházel již z roku 1892. V roce 1899 byl zpracován návrh na vybudování

přehradních nádrží na horní Vltavě. Majitelé okolních pozemků se však proti tomu postavili a k realizaci nedošlo. Ve 30. letech dvacátého století se Zemský úřad zabýval projektem přehrady, která měla být umístěna v prostoru osady Lipno, 2. světová válka však plány na výstavbu překazila. Nový projekt vznikl v roce 1948, vodní dílo Lipno vzniklo v letech 1952 – 1959 a bylo prvním poválečným vodním dílem. Jeho postavením byla zaplavena značná část horního toku Vltavy, ale současně byla vybudována velmi účelná obrana proti doposud častým záplavám. Masu vod zadržuje kombinovaná sypaná a betonová hráz pod obcí Lipno nad Vltavou. V době, kdy toto dílo vznikalo, bylo ojedinělým technickým řešením umístěným do mimořádných přírodních podmínek, ve kterém je hlavní nádrž spojena podzemním tunelem s malou vyrovnávací nádrží Lipno II, která se nachází nad Vyším Brodem. Výstavbou nádrže zmizelo z mapy regionu několik osad a obcí – například Dolní Vltavice a část Frymburka.

Nádrž se navzdory chladné vodě stala centrem rekreačního, sportovního a rybářského využití. Nahradila některá stávající i starší technická elektrárenská díla ležící mezi Lipnem a Vyším Brodem. Jezero má dosud především průmyslový význam, tedy výrobu elektrické energie, mající dopad na nestabilitu úrovně vodní hladiny a neaktivnost v evropském kontextu jinak výjimečných Čertovských proudů. Klíčový význam pro využitelnost jezera jako turistického pojmu je hledání a nalezení vyváženého vztahu mezi jeho jednotlivými funkcemi. [53, 54, 56]

Národní park Šumava (NP Šumava).

NP Šumava byl vyhlášen 20.3.1991 nařízením vlády ČR č. 163/1991 Sb. na celkové rozloze 69 030 ha. Svou rozlohou je největším národním parkem v České republice. Rozprostírá se při jihozápadní hranici České republiky v téměř 70 km od Železné Rudy po Zadní Zvonkovou. Pro svoji polohu uprostřed hustě osídlené střední Evropy, relativně vysokou zachovalost přírody i bohaté vodní zdroje je Šumava často řazena k „Zelené střeše Evropy“, k území se stále rostoucím mezinárodním významem. Nadmořská výška se pohybuje od 600 m po 1378 m. Nejvyšší horou celé Šumavy je Velký Javor (1456 m), který leží na německé straně Šumavy.

Posláním NP je: „Uchování a zlepšení jeho přírodního prostředí, zejména ochrana či obnova samořídících funkcí přírodních systémů, přísná ochrana volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin, zachování typického vzhledu krajiny, naplňování vědeckých a výchovných cílů, jakož i využití národního parku k turistice a rekreaci nezhoršující prostředí.“ [32]

Území zahrnuje nejcennější přírodní společenstva, např. zbytky pralesovitých porostů a horských lesů, ledovcová jezera nebo horská či údolní vrchoviště. Základním rysem je téměř všudypřítomné prolínání málo dotčené „přírodnosti“ se stopami staleté přítomnosti člověka, dodávající této velmi řídkce osídlené oblasti i osobité kouzlo a zvláštní tajemnost. Touha poznávat přírodu i historii, sžívat se s přírodou v rozsáhlém území národního parku je smyslem života jeho stálých obyvatel i jeho návštěvníků. NP Šumava je územím zprostředkujícím modernímu člověku krásu, sílu i „bezbrannost“ přírody a poznání jejích zákonitostí.

Způsoby ochrany přírody NP jsou odstupňovány na základě členění území do tří zón vymezených s ohledem na přírodní podmínky a zachovalost ekosystémů. Nejprísnejší režim ochrany se stanoví pro I. zónu, která představuje nejhodnotnější a přírodě nejbližší ekosystémy s přirozenými společenstvy, zejména pralesovité porosty, první generace lesa po pralese. Sukcesí stadia blízka přirozenému stavu, mokřady a rašeliniště, vodní toky, ledovcová jezera a další extrémní stanoviště. Příroda je zde ponechána samovolnému vývoji bez zásahu člověka. Pohyb návštěvníků je povolen jen po turisticky značených cestách. Počítá se s postupným rozšiřováním a propojováním I. zón. Ve II. zóně jsou území s významnými přírodními hodnotami, které ovlivnil člověk svou činností. Je zde přípustné omezené, přírodě blízké a šetrné využití. Tato zóna je využívána k turistice a rekreaci. Návštěvníci se zde musí řídit návštěvnickým řádem, jinak jejich pohyb není omezen. Do III. zóny se řadí území člověkem značně pozměněných ekosystémů a zastavěná území sídelních útvarů. Tato zóna je využívána pro trvalé bydlení, služby, zemědělství, turistiku a rekreaci, pokud to není v rozporu s posláním národního parku. Zvlášť byla vymezena klidová území, která zahrnují nejcennější území národního parku. Jejich účelem je chránit živočich citlivé na přítomnost člověka a rostlinný pokryv před nadměrným poškozením. Vstup je povolen pouze po značených cestách omezeným režimem. Vymezení klidových území je dočasnou záležitostí a postupným rozšiřováním I. zón přestanou klidová území plnit svou funkci. [33, 40, 54, 56]

Chráněná krajinná oblast Šumava (CHKO Šumava).

CHKO Šumava byla vyhlášena 27.12.1963 na ploše 160 300 ha. CHKO plní funkci ochranného pásma národního parku. Území dlouhé cca 100 km se táhne od Svaté Kateřiny až po Přední Výtoň u Lipna. Dnešní rozloha chráněné krajinné oblasti činí 99 400 ha, z čehož tvoří 27 % zemědělská půda, 57 % lesní půda a 0,4 % zastavěné půdy, 0,6 % pralesovité zbytky, 15 % sukcesní stadia a ostatní plochy. Ve srovnání s NP Šumava má

menší lesnatost, větší zastoupení zemědělsky využívaných ploch a hustší osídlení. Přesto se zde nacházejí velké lesní komplexy s rozmanitými biotopy. Mimořádně cenná území jsou chráněna jako maloplošná zvláště chráněná území. Také chráněná krajinná oblast je z důvodu odlišných způsobů ochrany přírody rozdělena na čtyři zóny. Nejprísnější stupeň ochrany je v I. zóně, která zahrnuje přírodně nejhodnotnější lokality, území s výskytem ohrožených druhů rostlin a živočichů a také všechna vyhlášená maloplošná zvláště chráněná území. Krajina se středně přírodními hodnotami leží ve II. a III. zóně. IV. zóna představuje nejvíce proměněná území.

Většina Lipenska leží v jihovýchodní části CHKO Šumava. Lipenskem se tedy táhne východní hranice CHKO Šumava oblasti přes Přední Výtoň – Frýdava – Frymburk – Černá v Pošumaví a pokračuje dále severním směrem. Většina maloplošných zvláště chráněných území se nachází na pravém břehu Lipna, mezi nejvyhledávanější patří *Svatý Tomáš*, *Niva Horského potoka*, *Multerbergské rašeliniště*, *Kyselovský les*, *Pestřice*, *Račínská prameniště*, *Hazlův Kříž*, *Prameniště Hamerského potoka*, *Úval Zvonková* a na levém břehu Lipna to jsou *Velké Bahno*, *Na Mokřinách a Vltavský luh*. Paradoxem je, že do území CHKO spadal i Vojenský výcvikový prostor Boletice, o jehož budoucím využití pro cestovní ruch se jedná. Velmi turisticky navštěvovanou je *Medvědí stezka* a *Památník Medvědí kámen* v lokalitě Jelení Vrchy a *Rozhledna na Jezerní slati*. [25, 26, 34]

Přírodní park Vyšebrodsko.

Jedná se o podhorskou až horskou oblast. Nadmořská výška se zde pohybuje od 535 m v údolí Vltavy do 1038 m na státní hranici u Hvězdné. Les pokrývá dvě třetiny plochy. Výrazně převažují smrčiny s občasnými příměsemi jiných dřevin. Na území přírodního parku jsou celkem tři maloplošná chráněná území - přírodní rezervace *Rašeliniště Kapličky*, přírodní památky *Medvědí hora* a *Uhlířský vrch*. [53, 54, 56]

Národní přírodní rezervace Čertova stěna a Luč.

Území se skládá ze dvou částí - Čertovy stěny, jež byla jako chráněné území zřízena v roce 1956 na výměře 10 ha a Luč, jež byla jako chráněné území vyhlášena už v roce 1933 na výměře 95 ha. Obě chráněná území byla vyhláškou Ministerstva životního prostředí České republiky č. 395/1992 Sb. sloučena do jednoho a přerazena do nové kategorie národní přírodní rezervace. Chráněné území leží po obou stranách horního toku řeky Vltavy na příkrých balvanitých svazích jejího kaňonovitého údolí. Do rezervace patří i část vlastního toku Vltavy s mohutnými balvany v řečišti, s charakteristickými erozními

projevy - vymletými „obřími hrnci“ v balvanech. Ve vrcholových partiích Luče a Čertovy stěny jsou vytvořeny mohutné skalní útvary - mrazové sruby, skalní hradby a izolované skály. Nejznámějším skalním útvarem je vrcholová skalní hradba Čertovy stěny s velkým kamenným mořem nad pravým břehem Vltavy. [54, 56]

Naučná stezka Lipna – tzv. „Alpská vyhlídka“.

Z obce Lipno nad Vltavou přes Kramolín směrem na Frymburk vede naučná stezka Lipna – tzv. „Alpská vyhlídka“, kde se mohou návštěvníci kochat pohledem z výšky na celou plochu Lipenské přehrady a zároveň podle informačních tabulí poznávat zdejší rostlinstvo a houby.

5.1.1.2 Společenské atraktivity.

Společenské atraktivity představují významné kulturně – historické památky, které se ve vymezené oblasti Lipenska nacházejí. Jedná se zejména o církevní památky (kaple, kostely, kapličky, kříže, křížové cesty) v obcích a historická centra městeček a obcí, technické památky, muzea, památky lidové architektury a zřícenina hradu. Dále do společenských atraktivit patří i lidové tradice a kulturní, společenské, sportovní a jiné akce.

Atraktivity v Černé v Pošumaví.

Rekreační obec na levém břehu Lipenského jezera leží v nadmořské výšce 728 m. První písemná zmínka je z roku 1268 jako majetek kláštera Zlatá Koruna. Význam obce stoupl zejména v 18. st. pro její výhodnou polohu na obchodní stezce, spojující Český Krumlov s rakouským Aigenem a německým Pasovem, ale také těžbou kvalitního grafitu. Ten se tu těžil až do vybudování přehrad. Dokladem připomínajícím těžbu jsou zbytky hald v okolí.

Obr. č. 1 - Znak Černé v Pošumaví.



Zdroj: [54].

Za shlédnutí stojí určitě pozdně barokní **Kostel Neposkvrněného početí P. Marie** z let 1799-1800, který byl v letech 1901-04 přestavěn novorománsky a doplněn o věž. Místní **Renesanční zámeček** pochází z druhé poloviny 16. st. Další církevní památkou je **Kaple Stini a misijní kříž**. [40, 48, 55]

Atraktivita ve Frymburku.

Malebné městečko Frymburk patří do turisticky atraktivní rekreační oblasti na levém břehu Lipenské přehrady. Leží ve výšce 730 m a rozkládá se na poloostrově u Lipenského jezera. Prehistorické nálezy v blízkém okolí města naznačují osídlení už deset tisíc let před naším letopočtem. První zprávy o novodobém Frymburku pocházejí ze 13. st.. Tehdy je zmiňován jako trhovářská ves na význačném přechodu přes řeku na obchodní stezce z Horních Rakous do Českého Krumlova. V roce 1379 byl Frymburk poprvé nazván městem.

Na jižní straně náměstí Frymburku stojí původně ranně gotický **Kostel sv. Bartoloměje** z roku 1277, přestavěný kolem roku 1530 pozdně goticky. V kostele je hodnotné barokní zařízení ze 17. st. Západně od kostela stojí **Stará frymburská škola**, patří k jedněm z nejstarších v jižních Čechách. Ve staré škole působil jako varhaník a učitel hudby Jan Nepomuk Vojtěch Maxant. V parku na náměstí stojí kamenná **Mohyla s bronzovým reliéfem A. Stiftera**. Za shlédnutí určitě stojí **Barokní kamenná kašna** z roku 1676, **Žulový vodní kanál**, jež jsou chráněnými technickými památkami, **Pranýř se zvonem** z roku 1651 a **Mariánský sloup** zbudovaný v římském slohu z roku 1635, který patří mezi nejstarší v Čechách. Při napouštění Lipenského přehradního jezera byl Frymburk z větší části zatopen. Z původní obce se dochovalo náměstí, jímž se táhne park s letitými stromy. Zrekonstruovanou církevní památkou města je **Křížová cesta na vrch „Marta“** a **Kaple Vysoká Muka**. K významným frymburským rodákům patří varhaník S. Sechter a univerzitní profesor A. Baumgartner. [40, 44, 55]

Obr. č. 2 - Znak Frymburku.



Zdroj: [54].

Atraktivita v Horní Plané.

Rekreační obec Horní Planá leží na levém břehu Lipenského jezera v nadmořské výšce 776 m. Horní Planá je připomínána poprvé v roce 1332 jako osada u brodu přes řeku Vltavu. V roce 1349 byla Horní Planá císařem Karlem IV. povýšena na městyse. Od 16. do 19. st. byla Horní Planá významným střediskem obchodu. Starobylý vzhled městečka setřely četné požáry, dnešní jádro se svažitém náměstím pochází většinou z 19. st.

Na horním okraji náměstíčka stojí **Kostel sv. Markéty** z druhé poloviny 13. st. Na konci 17. st. a pak ještě na začátku a v polovině 18. st. byl kostel rozšiřován a barokně upravován. Oplývá cenným barokním vybavením ze 17. a 18. st., renesanční figurální malby na stěnách pocházejí z let 1530 - 1580. Na návrší nad městečkem stojí barokní **Kaple Panny Marie Bolestné**. Roku 1805 se v Horní Plané narodil spisovatel, básník a

Obr. č. 3 – Znak Horní Plané



Zdroj: [54].

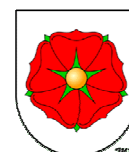
malíř Šumavy Adalbert Stifter. V lesoparku nad Horní Planou je *Stifterova bronzová socha* a na kostele náhrobní *Epitaf* jeho matky. Ve skalní stěně Plešného jezera byl básníku Šumavy postaven *Žulový obelisk*. Ve *Stifterově rodném domě* je instalována memoriální expozice literárního památníku. V Plané také začíná hornoplánský vyhlídkový okruh, nazvaný *Stifterova stezka*. Dalším významným rodákem je hudební skladatel J. E. Habert. [40, 45, 55]

Atraktivita v Hořicích na Šumavě.

Obec Hořice na Šumavě leží na levé straně Lipenského jezera v nadmořské výšce 674 m. Počátky obce se datují rokem 1272, kdy byly usedlosti v majetku pánů z Kosové Hory.

Na hořickém náměstí stojí *Osmiboký kamenný pranýř* z roku 1549 a dvě *Kamenné duté míry* k odměřování desátek. Dalším objektem je *Socha sv. Jana Nepomuckého* z 18. st. a *Soustava sedmi kamenných kašen*, dříve sloužících pro zásobování obyvatel pitnou vodou. Na svažitém náměstíčku stojí dvoulodní pozdně gotický *Kostel sv. Kateřiny*, založený ve 13. st. a přestavěný koncem 15. st. [40, 49, 55]

Obr. č. 4 – Znak Hořic na Šumavě.



Zdroj: [54].

Atraktivita v Lipně nad Vltavou.

Významné rekreační středisko na levém břehu Lipenského jezera, leží v nadmořské výšce 680 m. První zmínky pocházejí z roku 1281. Původně dřevařská osada v údolí Vltavy, kde se v 18. a 19. st. rozebíraly vory a dřevo se odtud dopravovalo koňskými povozy do Vyššího Brodu nebo do loučovických papíren. Při stavbě přehrady byla osada zatopena a místo ní postaveno nové letovisko. V obci se nenachází církevní památky. [55, 56]

Obr. č. 5 – Znak Lipna nad Vltavou.



Zdroj: [54].

Atraktivita v Loučovicích.

První písemná zmínka o obci Loučovice (nadmořská výška 663 m) je z roku 1361, kdy byla jednou z poddanských vesnic kláštera Vyšší Brod. V druhé polovině 19. st. zde byl zřízen velký papírenský závod zvaný Vltavský mlýn. Původně vyráběla sulfitovou celulózu, od roku 1895 i papírové výrobky. Roku 1901 byl postaven druhý závod na výrobu lepenky. V letech 1903 až 1911 byly postavena elektrifikovaná železniční trať z Rybníka do Loučovic.

Na levém břehu řeky Vltavy stojí gotický *Kostelík sv. Prokopa*, původně zřejmě dřevěná kaple, založený v první polovině 13. st. Na protějším břehu stojící *Kostel sv.*

Oldřicha byl dostavěn v roce 1361 a v 16. a 17. st. prošel několika stavebními úpravami. [40, 50, 55]

Atraktivita v Nové Peci.

Obec Nová Pec na pravém břehu Lipna se nachází v nadmořské výšce 737 m. Založení obce se datuje k polovině 17. st. Nová Pec byla založena jako dřevařská osada v 17. st. a patřila tehdy k českokrumlovskému panství. Ve velmi těžkých podmínkách se začalo rozvíjet zemědělství, později lesnictví, dřevařství a myslivost. Živnosti jako kovářství, truhlářství, pokrývačství, hamernictví a kolářství byla v Nové Peci a okolí dostupná až do roku 1938. V období po 2. světové válce byla obec téměř vysídlena.

Obr. č. 6 – Znak Nové Peci.



Zdroj: [51].

V obci nejsou dochovány žádné významnější památky. Pouze šumavskou architekturu připomínají renovované původní vesnické chalupy s typickou zvoničkou na střeše. [51, 53, 55]

Atraktivita v Přední Výtoni.

Rekreační obec na pravém břehu Lipna se nachází v nadmořské výšce 731 m. Obec byla založena kolem roku 1357, kdy se zde usídlili mniši řádu svatého Pavla a Antonína. Koncem 15. st. se oba kláštery spojily, ve druhé polovině 16. st. však byly zrušeny.

Dominantní památkou je gotický *Kostel sv. Filipa a Jakuba* vystavěný v letech 1515 - 1523 na místě staršího chrámu. Za shlédnutí určitě stojí klasicistní patrová *Školní budova* s mansardovou střechou. Dále jsou zde zachovány dvě *Chalupy s polovalbovými štíty*. Na samotě u Stoiberů jsou udržovány další chalupy a obdélný zděný statek s valbovou střechou. Další kulturně – historickou památkou v obci je *Pomník Ant. Měsíčka*. Další církevní památkou je *Kostel Božího Těla* ve Sv. Tomáši založený kolem roku 1252 u osady Přední Výtoň. [40, 52, 55]

Atraktivita ve Vyšším Brodě.

Městečko Vyšší Brod leží na pravém břehu řeky Vltavy v Trojmezí hornatině v nadmořské výšce 571 m. Ves vznikla počátkem 13. st. jen krátce před založením místního kláštera jako pohraniční osada při obchodní stezce do Rakouska.

Obr. č. 7 – Znak Vyššího Brodu.



Zdroj: [54].

Na horním konci protáhlého náměstí stojí farní *Kostel sv. Bartoloměje*, který byl založen současně s klášteřem roku 1259. V období husitských válek byl kostel zničen,

obnoven byl až v 16. st. Budova bývalé **Radnice** pochází z roku 1525, její současná neogotická podoba je z roku 1883. V parčíku na náměstí byla v roce 1737 postavena **Kašna se sochou sv. Floriána**. **Praníř se sochou sv. Barbory** je původní z druhé poloviny 16. st. Na Martínkovském vrchu nad Vyším Brodem stojí v lesích vystavěná pseudogotická **Kaple Panny Marie** odpočívající na kameni a křížová cesta Vyší Brod. [40, 46, 55]

Církevní památka - klášter Vyší Brod.

Klášter ve Vyším Brodě stojí na západním okraji městečka nad řekou Vltavou. Je jednou z nejcennějších památek gotické církevní architektury na našem území. Klášter založil před rokem 1259 Vok z Rožmberka u strážní vsi u tzv. Vyšího brodu přes řeku Vltavu jako rodové pohřebiště. Stavba kláštera, který byl určen cisterciáckému řádu, trvala téměř do konce 14. st. Začátkem 15. st. byl klášter opevněn hradbami s baštami, v průběhu 17. a 18. st. byl barokně rozšířen o další budovy. V jeho těsném sousedství vzniklo roku 1641 raně barokní tzv. „druhé opatství“ s původně gotickou **Kaplí sv. Anny**. Do současné podoby byl klášter uveden při regotizaci a úpravách v letech 1830 - 1883. Po zestátnění v roce 1950 byl objekt značně poškozen, jeho nejcennější části byly naštěstí včas zachráněny a zpřístupněny veřejnosti. Od roku 1991 je klášter opět v majetku řádu cisterciáků.

Klášter tvoří uzavřený opevněný areál skládající se z hospodářské části, vlastního kláštera, opatství a **Kostela Nanebevzetí Panny Marie**. Nejcennější gotické jádro, nejstarší část objektu, je tvořeno kostelem Nanebevzetí Panny Marie, kapitulní síní a ambitem. K jižní lodi kostela přiléhá konvent vybudovaný v letech 1280 - 1385. Tzv. **Rajský dvůr** je obklopen ambitem z druhé poloviny 14. st. V jeho východním křídle se nachází kapitulní síň, jedna z nejstarších a nejzajímavějších částí kláštera z doby kolem roku 1280. Síň je sklenuta v Evropě ojedinělým systémem - čtyři pole trojdílné žebrové klenby dosedají na střední svazkový sloup. Do současné doby se kromě již zmíněných pamětihodností dochovala také rozsáhlá **Klášterní knihovna** ze 17. st., obsahující tisky, prvotisky a rukopisy značné historické hodnoty. Ve Sloupovém sále je instalována expozice **Alšovy jihočeské galerie** zaměřená na evropské, zejména holandské malířství 17. a 18. st. Areál je vyhlášen národní kulturní památkou. [53, 54, 55]

Kulturně – historická památka - zřícenina Vítkův Kámen.

Zřícenina gotického hradu Vítkův kámen se tyčí vysoko nad okolní krajinou na stejnojmenném kopci (1053 m) na pravém břehu Lipenské přehrady asi 4 km od česko-rakouské hranice. Je nejvýše položeným hradem v Čechách.

Vítkův kámen založil v polovině 13. st. rod Vítkovců jako pohraniční pevnost. Bylo zde také správní středisko nových vesnic zakládaných z obou stran hranice. Začátkem 14. st. se hrad stal majetkem Rožmberků, kteří jej v 16. st. opevnili a jimž až na krátké období patřil až do roku 1611. Ti jej také připojili ke krumlovskému panství. Hrad byl udržován až do začátku 18. st., poslední úpravy na něm byly provedeny v roce 1725, ale v polovině 18. st. byl již opuštěn. Po 2. světové válce, kdy oblast nebyla veřejnosti přístupná, sloužil pohraniční stráž. Jádrem hradu je obytná hranolová věž, k níž přiléhá menší polygonální přístavba. Obvodové hradby jsou doplněny pěti baštami.

Vlastník objektu obec Přední Výtoň poskytl dlouhodobý pronájem Občanskému sdružení Vítkův Hrádek, které má za cíl zajištění a uchování stávajícího stavu zříceniny a umožnění jejího důstojného zpřístupnění široké veřejnosti jako významné kulturní památky. [53, 54, 55]

Technická památka - Schwarzenberský plavební kanál.

Myšlenka spojení Vltavy a Dunaje, dvou řek tekoucích do rozdílných moří, vznikla již v polovině 14. st. Touto myšlenkou se zabývali stavitelé již v dobách Karla IV., ale největší překážkou v cestě stálo rozvodí tvořené hlavním šumavským hřebenem. Na projektu schváleném v roce 1779, jehož realizace byla započata až v roce 1789 započal pracovat již v roce 1775 Ing. J. Rosenauer. Tisícovka najatých dělníků během prvních dvou let vystavěla první, tzv. „starý kanál“ vedoucí od Jezerního potoka vytékajícího z Plešného jezera (na tomto místě je vybudovaná *Rosenauerova kaplička*) až k ústí Světelského potoka do Mühlu. Od roku 1793 byla započata plavba a zároveň kanál prodloužen až dosáhl Jeleního potoka. Výstavba druhé části plavebního kanálu, tzv. „nový kanál“ byla započata až 17 let po smrti J. Rosenauera. Od Jeleního potoka byl však oproti původně navrženému 19 km oblouku po vrstevnici nakonec prokopán tunel dlouhý 419 m, široký 2,6 m a vysoký 2,8 m. Stavba tunelu trvala celé 2 roky. Na spodním konci je tunel zakončen novorenesančním žulovým portálem, na horním konci je tunel uzavřen portálem v novogotickém slohu. Plavební kanál od ústí Světelského potoka do Mühlu až po Rosenauerovu nádržku a vtok Světlovodského potoka do kanálu, kde je od roku 1928

Pomník věnovaný staviteli Rosenauerovi, měří celých 51 km. V celé délce byl kanál používán až do roku 1916, poté již pouze v některých úsecích, především na želnavském smyku. Provoz na Schwarzenberském kanále byl zcela ukončen v roce 1962.

Podél části kanálu mezi Novou Pecí a Jelením vede stejnojmenná naučná stezka přibližující historii plavení dřeva a stavby kanálu. Od roku 1963 je Schwarzenberský plavební kanál veden v seznamu nemovitých kulturních památek technického významu. V letech 1999 - 2001 provedla Správa NP a CHKO Šumava rozsáhlou rekonstrukci tohoto jedinečného díla. [54, 55]

Technická památka - podzemní vodní elektrárna Lipno.

Podzemní elektrárna pracuje v režimu špičkových dodávek elektřiny a je přístupná veřejnosti. Je technickou památkou regionu a má své vlastní informační centrum. Provozovatelem vodní elektrárny Lipno a informačního centra je společnost ČEZ, a. s. Všechny technologické pochody v elektrárnách Lipno a Lipno II jsou plně automatizovány. Zařízení je koncipováno jako bezobslužné, dálkově řízené z dispečinku ČEZ, a. s. V jeskyni o výšce 39 m byla uměle vytvořené v hloubce 171 m, je uložena elektrárna, kde výrobu elektřiny zajišťují dvě Francisovy turbíny o výkonu 2 x 60 MW. Další zajímavostí přehrady je 3,6 km dlouhý podzemní odpadní tunel, kterým je odváděna přepadová voda od turbin do vyrovnávací nádrže Lipno II. Zde pracuje turbína Kaplanova. [53, 54]

Muzea mikroregionu.

V mikroregionu se nacházejí *Poštovní muzeum ve Vyšším Brodě* v areálu bývalé druhé opatství *Poštovní muzeum* (vývoj telekomunikační techniky, historie spojů, známková tvorba, kočáry a poštovní vozy), *Muzeum radiopřijímačů* a *Muzeum pašijových her a obce v Hořicích na Šumavě*, a také *Muzeum Schwarzenberského plavebního kanálu ve Chvalšínách*. [55]

Kulturně – společenské, sportovní a jiné akce.

V mikroregionu jsou možnosti pro pořádání vrcholových světových soutěží jako mistrovství Evropy či mistrovství světa v jachtařských soutěžích na Lipenském jezeře či na divoké vodě na Vltavě pod přehradní hrází u Lipna nad Vltavou. Na úseku Vltavy, zvaném Čertovy proudy, se každoročně pořádají závody ve *Vodním slalomu*. Vodní slalom je závod, jehož cílem je překonávat trať vytýčenou brankami na divoké vodě. Vhodné

podmínky pro vodní slalom byly v roce 1954 objeveny v Čertových proudech. Mezinárodní závody ve vodním slalomu a sjezdu se zde konají pravidelně každý rok. V roce 1967 tady probíhalo mistrovství světa ve vodním slalomu. Také v dnešní době, kdy se vodní slalom stal nejen olympijským sportem, ale i soutěží na umělých kanálech, je trať Čertových proudů pod lipenskou hrází považována za jednu z nejhezčích a nejtěžších na světě.

Mezi pravidelné sportovní zimní akce patří *Tomášská lyže, Frymburská stopa, Ruské Bobby, Lipenský půlmaratón*. Mezi pravidelné sportovní letní akce patří *Výtoňské okruhy, Cena Šumavy, Modrá stuha, Mistrovství Evropy v jachtingu, Mistrovství republiky v jachtingu, Avar Cup, Veteran, Duatlon a Poslední vítr*. [37, 59]

V letní sezóně se pořádá *Šumavské léto s párou* tradičně nostalgické jízdy vlakem s parní lokomotivou po trase Nové Údolí - Černá v Pošumaví parní lokomotiva.

Představení *Hořických pašijových her* se konají každoročně v srpnu v přírodním divadle s krytým hledištěm na náboženské motivy. Tradice hořických pašijových her sahá až do 13. století, což je úzce spjato s těžkými životními podmínkami poddaného lidu. V roce 1896 bratři Lumierové zaznamenali tyto hry na prvním delším filmovém záznamu v dějinách evropské kinematografie. Vznikl tak vůbec první film natočený na území ČR. Od počátku devadesátých let 20. století byla přerušovaná tradice her obnovena.

Mezi ostatní pravidelné akce v Přední Výtoni patří *Den řemesel* v červnu, kdy se jedná o předvádění starých řemesel, dále *Varhanní koncert* v kostele ve Svatém Tomáši v červnu, *Hasičská soutěž* s taneční veselicí a taneční cesta v srpnu a *Setkání se sousedy z Rakouska* v prosinci. Městečko Frymburk ožívá při *Frymburských slavnostech* v červnu. Ve Vyšším Brodě se konají v dubnu *Vyšebrodské divadelní dny*, v květnu *Vyšebrodské setkání historických vozidel*, v červenci *Cyklus varhanních koncertů v kostelech podél Vltavy* a v srpnu *Svatobartolomějská pouť a trh*. Ve městě Horní Plané se místní i návštěvníci mohou zúčastnit akce *Hornoplánské rozpravy* v září. V mikroregionu se zrealizovaly projekt *Setkání s tradicí na Schwarzenberském plavebním kanálu* a *Kanál EXPO* jako expozice obce Nová Pec.

Svou tradici mají v mikroregionu i *Masopusty* v Horní Plané, v Hořicích na Šumavě, ve Vyšším Brodě, *Slet čarodějnic a Velikonoční strom* v Horní Plané a *Živý betlém* v Horní Plané. [53, 54, 55]

5.1.2 Sekundární potenciál.

Sekundární potenciály určují míru využití potenciálů a jsou závislé na jejich přitažlivosti. Zároveň vytvářejí infrastrukturu cestovního ruchu, realizují příjmy v lokalitě, vytvářejí pracovní místa, oživují centra měst a venkovskou krajinu a zvyšují přitažlivost místa. [16]

5.1.2.1 Základní služby.

Ubytovací služby.

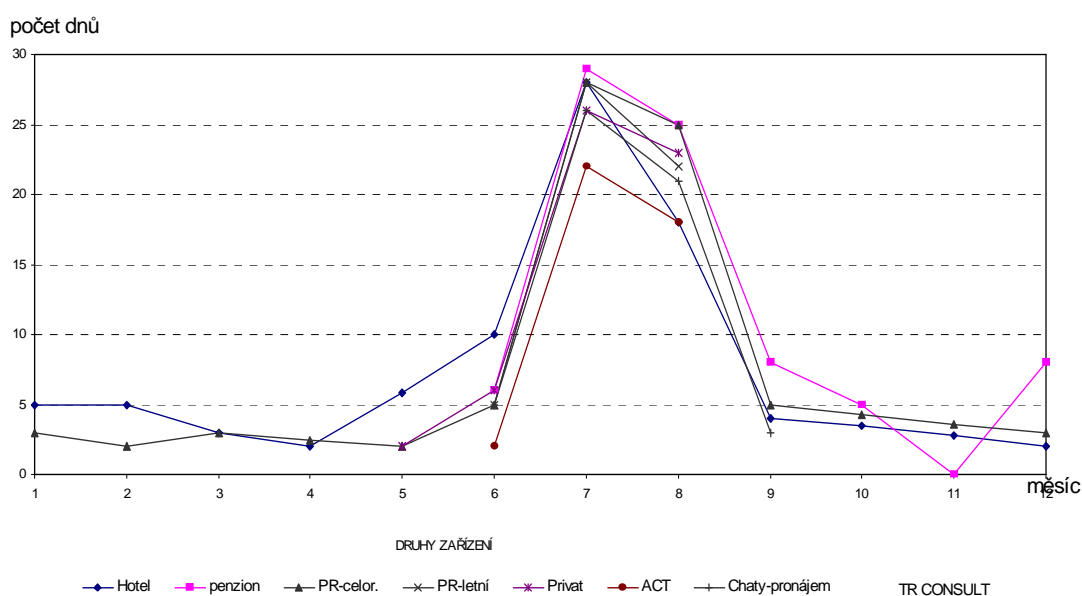
V řešeném území je velká koncentrace ubytovacích zařízení ve srovnání s republikovým průměrem. Kapacita je rozvrstvena mezi ubytování v hotelech, penzionech, apartmánech, turistických ubytovnách, chatových osadách a kempech. Výrazný nárůst lůžkové kapacity pro hromadnou rekreaci nastal restrukturalizací a privatizací podnikových rekreačních zařízení, velkým počtem chat pronajímaných specializovanými cestovními agenturami a nárůstem ubytovací kapacity v privátech a na rodinných farmách. Mikroregion tedy disponuje relativně nadprůměrnou nabídkou ubytovacích zařízení (více než 24 000 lůžek), jejich kvalita však nedosahuje ani nutného minimálního standardu. Větší část těchto zařízení totiž vznikla transformací původních objektů individuální rekreace, případně podnikové rekreace bez provedení nutných investic do zlepšení standardu nikoliv jen z pohledu kvality, ale i z pohledu směrných předpisů EU.

Obsazenost ubytovacích zařízení se na Lipensku pohybuje v průměru okolo 25 %. Ve skutečnosti existují mezi jednotlivými středisky a zařízeními velké rozdíly. Například existují i zařízení s celoročním provozem dosahující obsazenosti lůžek 60 % až 80 %. Obsazenost ubytovacích lůžek na Lipensku od roku 1995 klesá a tím příjem z cestovního ruchu stagnuje. Kvalita poskytovaných služeb v ubytovacích zařízeních se sice neustále zlepšuje, ale celkově zatím mnoho zařízení nedosahuje příslušného mezinárodního standardu ve své kategorii. Nedostatky jsou jak ve vybavení ubytovacích zařízení patřičnou infrastrukturou, tak v kvalitě lidských zdrojů. Během posledních deseti let se ale v regionu vyprofilovalo několik zařízení s vysokým standardem všech poskytovaných služeb a jejich úspěch výrazně motivuje okolní zařízení ke zlepšení kvality svých služeb. Naopak některá ubytovací zařízení se potýkají s problémem krátké letní sezóny (pouhých 6 týdnů), jež negeneruje dostatečný ekonomický potenciál pro údržbu, obnovu a rozvoj. Aktuální

návštěvnost a vytiženost těchto zařízení neumožňuje jejich provozovatelům vygenerovat dostatek prostředků na dodatečné provedení investic, což v mnoha případech vede k dalšímu chátrání a snižování kvality.

Z hlediska průměrné délky pobytu převažují pobyty krátkodobé, jednodenní, v letní sezóně doplněné rekreačními prázdninovými pobyty. Zatímco v létě jsou jižní Čechy pro Pražany pořád oblíbeným místem pobytu, v zimě dávají přednost ostatním místům v tuzemsku. Průměrná délka pobytu vícedenních dovolených klesla z 4,5 na 3,5 dne. Přehled obsazenosti různých druhů ubytovacích zařízení zachycuje následující graf č. 2. [33, 56]

Graf č. 2 - Přehled obsazenosti ubytovacích zařízení v průběhu roku.



Zdroj: [56].

Stav poptávky po ubytovacích službách je uveden jako příloha č. 9 - Poptávka po sledovaných ubytovacích zařízeních na Lipensku. Charakteristika největšího ubytovatele mikroregionu je zpracována jako příloha č. 10 - Landal Marina Lipno.

Přehled hromadných ubytovacích zařízení v mikroregionu Lipensko a jejich kapacit podle druhu ubytovacího zařízení byl zpracován podle jednotlivých lokalit do následující tabulky č. 2.

Tab. č. 2 - Přehled ubytovacích zařízení na Lipensku.

Lokalita	Kategorie	Počet	Maximální kapacita (počet pokojů + počet míst pro karavany a stany)
Cerná v Pošumaví	Hotel ***	3	200
	Penzion	11	110
	Kemp	4	120 + 400
	Chatová osada	2	100
	Turistická ubytovna	1	50
	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	12	160
Frymburk	Hotel ****	2	150
	Hotel ***	1	50
	Hotel **	1	50
	Penzion	8	120
	Kemp	2	20 + 200
	Chatová osada	2	100
	Turistická ubytovna	1	50
Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	6	240 + 100	
Horní Planá	Hotel ***	2	150
	Hotel **	2	60
	Hotel *	1	50
	Penzion	18	380
	Kemp	6	140 + 550
	Chatová osada	6	270
	Turistická ubytovna	2	60
	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	21	380
Hořice na Sumavě	Hotel **	1	50
	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	1	50
Lipno nad Vltavou	Hotel ***	1	50
	Hotel **	2	150
	Hotel *	1	50
	Penzion	7	190
	Kemp	3	370
	Chatová osada	5	130
	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	8	250
Loučovice	Hotel***	1	50
	Penzion	1	10
	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	2	20
Nová Pec	Hotel *	1	50
	Penzion	6	100
	Kemp	1	10 + 100
Přední Výtoň	Hotel ****	1	50
	Hotel ***	1	50
	Penzion	5	90
	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	3	110
Vyšší Brod	Hotel ***	1	50
	Hotel **	1	50
	Penzion	3	70
	Kemp	2	20 + 150
	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	2	60

Zdroj: Sestaveno dle [37].

Stravovací služby.

Většina stravovacích zařízení v mikroregionu Lipensko se nachází při ubytovacích zařízeních, zejména při hotelech a penzionech.

V posledních deseti letech došlo rovněž k výraznému nárůstu stravovacích kapacit, a to nejenom v exponovaných turistických střediscích. V mikroregionu jsou zastoupeny všechny formy stravování a stravovací kapacita je rozvrstvena mezi restaurace, hostince, bistra, bufety, občerstvení i zařízení hromadného stravování. Největší kumulace stravovacích zařízení je především ve městech a střediscích cestovního ruchu.

Kvalita nabízených služeb ve stravovacích zařízeních se působením konkurenčního prostředí neustále zlepšuje a tento trend má rychlejší průběh než u ubytovacích zařízení. Především v obci Lipno nad Vltavou, ve Frymburku a ve Vyšším Brodě postupně vznikají zařízení s vysokou úrovní služeb i dobrou kvalitou obsluhy, která se specializují kuchyní, vybavením i atmosférou na určitou oblast (např. italskou kuchyni). Některá z těchto zařízení nabízejí i regionální speciality. Raritou regionu je plovoucí restaurace Bohemia. [33]

Dopravní služby a dostupnost.

Lipenský region charakterizuje poměrně dobrá dopravní infrastruktura: hustá silniční síť, dobré silniční a železniční spojení s hlavními centry ve vnitrozemí i propojení s Horním Rakouskem a Bavorskem. Pro dopravní propojení z vnitrozemí Čech je důležitá silnice mezinárodní silnici E55 a v budoucnu jí nahradí dálnice D3 (Praha - České Budějovice) nebo čtyřproudová silnice (směr Písek), které jsou v současnosti ve výstavbě. Lipno je dosažitelné i vlakovým spojením. Po dokončení vlakového koridoru z Prahy do Českých Budějovic, který je ve výstavbě se předpokládá výrazné zkrácení cesty vlakem. Pro větší názornost lokalizace jsou uvedeny některé vzdálenosti: Linec 50 km, Mnichov 250 km, Bratislava 400 km, Praha 230 km, České Budějovice 60 km, Český Krumlov 40 km.

V rámci dopravní dostupnosti v mikroregionu jsou významné silnice II. a III. třídy (např. č. 163) tvořící nepřilíš hustou silniční síť. Regionální silniční síť doplňují převozy přes Lipenskou přehradu (Frymburk – Frýdava, Dolní Vltavice – Kyselov, Horní Planá – Bližší Lhota). Motorové výletní lodě na přehradě fungují i jako taxi.

Automobilový provoz, zejména pak nákladní doprava, negativně ovlivňuje flóru a faunu v chráněných územích přírody. Mezi slabé stránky patří i zanedbaný stav některých silničních komunikací a železniční infrastruktury a obslužné vybavenosti všeobecně.

Dopravní obslužnost oblasti je nedostatečná. Z pohledu návštěvníka využívajícího prostředky hromadné dopravy je zejména nevyhovující dopravní propojení Lipenska říčně se Šumavou, tedy v podélném směru. Tento nedostatek částečně eliminuje ekologická autobusová doprava zajišťovaná v hlavní turistické sezóně národním parkem a orientovaná především na návštěvníky exponované lokality.

Rekreační lodní dopravu na přehradě Lipno zajišťuje provozovatel Rosenberger Lipno - Line, s.r.o., který pořádá okružní vyhlídkové plavby na přehradě ve čtyřech podobách: malý okruh, velký okruh, noční okruh a jízdy na objednávku.

Regionálním autobusovým dopravcem je Jihotrans České Budějovice, a. s., dopravní závod Český Krumlov a Kaplice. V rámci letní sezóny je zvýšeno množství spojů a dopravu Lipno - Český Krumlov – České Budějovice je zajišťováno soukromými dopravci. České Dráhy zde provozují železniční dopravu na dvou trasách: Rybník – Lipno nad Vltavou a České Budějovice – Černá v Pošumaví – Horní Planá – Nová Pec – Černý kříž – Volary. V zimní sezóně je za příznivých sněhových podmínek vypravován speciální přímý vlak: Tábor - Veselí nad Lužnicí – České Budějovice – Lipno nad Vltavou. [26, 33, 54]

5.1.2.2 Doplnkové služby.

Zprostředkovatelské služby.

Na Lipensku sídlí i několik regionálních menších cestovních kanceláří. Jsou jimi Cestovní kancelář Elann v Horní Plané, Cestovní agentura a půjčovna sportovních potřeb Petr Putzer ve Vyšším Brodě, I. Cestovní kancelář ve Frymburku, Cestovní kancelář REST ve Frymburku, CK Levana Yacht Tour v Horní Plané, CK Egný ve Vyšším Brodě, Cestovní kancelář BETA ve Vyšším Brodě a Lovecká cestovní agentura Roal Blecha ve Frymburku. [54]

Lázeňské služby.

Jelikož se v mikroregionu nenachází žádný přírodní zdroj pro lázeňství, nejsou lázeňské služby v oblasti zřízeny. Existují zde pouze wellness služby v rámci ubytovacích zařízení nebo samostatně. Jedná se především o solária, masáže, sauny a dýchání zdravého šumavského vzduchu.

Kongresové služby.

Služby kongresového cestovního ruchu se v regionu poskytují pro menší a střední podniky a firmy. Pořádáním těchto akcí se zabývá společnost Lipno Servis, s. r. o. – servisní společnost pro cestovní ruch.

Služby venkovského cestovního ruchu.

Ve venkovských oblastech šumavského podhůří se rychle rozvíjí podmínky pro poskytování služeb v souvislosti s jízdou na koni. Pomalu se začínají rozvíjet služby v nových formách cestovního ruchu, jimiž jsou agroturistika, ekoturistika a hipoturistika.

Průvodcovské a animační služby.

Průvodcovské služby se provádějí v rámci církevní památky Kláštera ve Vyšším Brodě.

Mezi animační služby můžeme zařadit dětský koutek Playroom Lipno nacházejícím se v areálu Maríny. Největším střediskem animačních programů pro volný čas na Lipensku je Lipno Activities, jež provozuje firma Lipno Servis, s.r.o. Jedná se o nabídku volnočasových aktivit pro letní, zimní či celoroční období, která je přizpůsobena všem věkovým kategoriím, jednotlivcům, rodinám s dětmi nebo firemním skupinám. Nabídka je připravena pro milovníky výletů do přírody, historických měst, hradů a zámků, vodních a outdoorových sportů a vyznavačů adrenalinu. Charakteristika společnosti Lipno Servis, s.r.o. je sestavena v příloze č. 11 – Lipno Servis, s.r.o. [41]

Společensko-kulturní služby.

V regionu ještě stále není vybudována dostatečná kapacita infrastruktura pro trávení volného času, chybí především zařízení služeb pro špatné počasí, jako jsou například společensko – kulturní služby. Mezi kulturní zařízení regionu patří Kulturní a informační centrum Horní Planá (KIC), Umělecká agentura a provoz letního kina v Černé v Pošumaví, Kino Vyšší Brod, Bar Karambol a Diskotéka Monako ve Vyšším Brodě. [54]

Sportovně-rekreační služby.

Velký pokrok byl v posledních deseti letech při budování značených cyklotras (Svatomáškým pohořím, Jezerní, Vltavským kaňonem, Rakouská, Schwarzenberská cesta, Krumlovská, Po stopách Adalberta Stiftera, Okolo Lipna, Přírodní, Lipenská magistrála), proto v mikroregionu podniká několik subjektů jako půjčovny, servisy a prodejny

silničních a horských kol a cyklistického vybavení. Významný je i nárůst počtu hal na tenis, squash a bowling, vzniklo mnoho fitness center, vybudovalo se velké golfové hřiště. V regionu jsou dále dobré podmínky i pro vodní turistiku, proto se zde nacházejí půjčovny lodí - kanoí, kajaků, raftingových člunů a půjčovna s windsurfovým, icesurfovým i kitesurfovým zbožím.

Šumava je i významnou oblastí nabízející provozování zimních sportů. Jsou zde ideální podmínky pro běžecké i sjezdové lyžování. Nachází se zde lyžařské středisko Lipno – Kramolín. V návaznosti na tuto skutečnost zde podnikají subjekty jako provozovatelé lyžařských tras, půjčoven a servis lyžařského vybavení, lyžařské školy, vleků a lanovky. Společnost Lipno Slide je provozovatelem bobové dráhy v Lipně nad Vltavou s celoročním provozem. Bazén Aquaworld je ve správě Lipno Servisu, s. r. o. [33, 54]

Směnárenské a pojistné služby.

Peněžní služby, tedy i směnárenské a pojistné, lze čerpat v rámci České Pošty a jejího bankovního partnera ČSOB. Pobočky České Pošty sídlí ve všech větších obcích - Horní Plané, Černé v Pošumaví, Frymburku, Lipně nad Vltavou, Loučovicích, Vyším Brodě a Hořicích na Šumavě. Obdobné služby nabízí i pobočka Komerční banky ve Vyším Brodě.

Jako směnárna pro hosty, ale i nebytované klienty funguje i recepce ubytovatele Landal Mariny. Většina regionálních cestovních kanceláří nabízí i cestovní pojištění.

Obchodní služby.

Obchodní síť na Lipensku kopíruje sídelní strukturu. Jedná se zejména o družstevní obchody, prodejny se smíšeným zbožím a malé supermarkety. Účastníci cestovního ruchu nakupují pro své základní potřeby potraviny a nápoje, ale i specializovaný sortiment jako jsou mapy, průvodce, knihy a pohlednice Lipenska, suvenýry a fotografické potřeby.

Komunální služby.

Kadeřnictví, manikúra, pedikúra a hygienické služby se v regionu vyskytují ve velmi omezené míře a ne v odpovídající kvalitě. Veřejně prospěšné služby, zaměřené na ochranu a zvelebování přírodního prostředí jsou ve správě příslušných obecních a městských úřadů.

Horská služba.

Horská služba České republiky má své sídlo pro oblast Šumavy na Špičáku a na Lipensku svou stanicí na Kramolíně. Horská služba kromě jiného organizuje a provádí

záchranné a pátrací akce v horském terénu, poskytuje první pomoc a zajišťuje transport zraněných a vytváří podmínky pro bezpečnost návštěvníků hor.

5.1.3 Terciární potenciál.

Role terciárního potenciálu spočívá v organizaci, řízení, podpoře podnikatelské sféry, vzdělávací, osvětové a legislativní činnosti, kompletního marketingového monitoringu, regionálního a územního plánování. Instrukce vnímají cestovní ruch jako alternativní nástroj lokálního, regionálního a národního rozvoje ekonomiky a snaží se vytvářet a rozvíjet efektivní vazby mezi sekundárním a terciárním potenciálem. [16]

5.1.3.1 Propagace.

Informační centra.

„Turistická informační centra jsou místem bezprostředního styku s návštěvníky. Vytvářejí image místa či regionu a na jejich efektivní a kvalitní práci závisí potenciál využití místa jako destinace cestovního ruchu. Obecným posláním těchto center je nabízet bezplatný informační servis turistům a místním občanům.“ [21]

V lipenském regionu mohou návštěvníci využít služeb veřejného KIC - Kulturního a informačního centra v Horní Plané a informačního středisko Vyšší Brod a soukromého informačního centra v Lipně nad Vltavou , které je zcela unikátní a zároveň slouží jako internetová kavárna. Své vlastní informační centrum má i podzemní vodní elektrárna Lipno. Negativním faktorem je naprostá absence vzájemné spolupráce těchto informačních středisek. Naopak počet a kvalita informačních center se neustále zlepšuje. [54]

Internet.

Internetové stránky se postupem času staly zcela běžným způsobem propagace. Představují rychlou, levnou a efektivní prezentaci obcí, regionů a poskytovaných služeb.

V současné době existuje regionální turistický informační server www.sumavanet.cz. Zde jsou odkazy na stránky jednotlivých města a obcí, mikroregionu Lipensko, ubytovacích a stravovacích zařízení, firem institucí, informace o sportu a turistice, lyžování, kultuře a praktické a aktuální informace. Z hlediska ochrany přírody mají svůj význam stránky NP a CHKO Šumava www.npsumava.cz. Z oficiálního informačního systému města Český Krumlov www.ckrumlov.cz můžeme získat velmi podrobné a

přehledné informace o primární i sekundární nabídce cestovního ruchu. Na stránky jednotlivých lipenských obcí se můžeme dostat z webu Svazku lipenských obcí www.lipensko.cz. Komerční ale stále aktuální informace o Lipensku a nabídce firmy Lipno Servis, s.r.o. jsou na jejich stránkách www.lipno.info. Webové stránky ubytovacích zařízení a zařízení ostatních služeb cestovního ruchu jsou pak dnes již samozřejmostí a základním propagačním prostředkem. Komunikace pak probíhá prostřednictvím emailů, telefonu nebo internetových rezervačních systémů.

Tištěné propagační materiály.

Existuje velké množství informačních materiálů zabývajících se Lipenskem, potažmo celou Šumavou. Některé z nich jsou zdarma, jiné za úplatu. Liší se podle subjektu, který je vydává. Nejčastěji se jedná o letáky ubytovacích zařízení, pozvánek na pořádané akce, image – prospekty, mapky, průvodce památek, informační letáky obcí, měst a provozovatelů soukromých zařízení.

Veletřhy a výstavy.

Lipensko se účastní různých výstav v české republice i zahraničí. Při prezentaci řešeného území na veletrzích cestovního ruchu, je Lipensko zastoupena prostřednictvím svého bývalého okresu Český Krumlov, nikoliv pod jednotnou značkou Lipensko.

Informační tabule a poutače.

Po celé oblasti jsou rozmístěny informační tabule s mapami a směrovými ukazateli, nejčastěji na turisticky frekventovaných místech, například u nádraží, autobusových zastávek, informačních center, turistických zajímavostí a na významných křižovatkách turistických tras.

V oblasti funguje Mapový informační systém (MIS) Šumava – Lipensko, jež je souborem velkoplošných orientačních cykloturistických map v měřítku 1 : 30 000, které jsou umístěny v nejatraktivnějších turistických lokalitách Lipenska. V současné době je instalováno 20 map. Cílem projektu MIS je usnadnit turistům orientaci v regionu, vhodně informovat a prezentovat nabídku ubytování, služeb, kultury a sportovního vyžití Lipenska. Realizaci projektu MCU zahájilo vydavatelství Unios ve spolupráci se Sdružením lipenských obcí a finanční podpory firmy Foto - World spol. s r.o., s výhradním dovozcem a distributorem produktů Kodak pro Českou republiku a za mediální podpory oficiálního informačního systému regionu Český Krumlov. Součástí mapového

informačního systému jsou cykloturistické mapy 1 : 50 000, které jsou volně v prodeji. [54]

5.1.3.2 Organizace v oblasti cestovního ruchu.

Vznik organizace cestovního ruchu spojené se vznikem a zapojením různých profesních sdružení podnikatelů a provozovatelů služeb je základním předpokladem pro rychlý, úspěšný a koordinovaný rozvoj cestovního ruchu v regionu. [33]

Státní správa a samospráva.

S platností 01.01.2003 zaniklo reformou veřejné správy všech 77 dosavadních okresů a nově bylo zavedeno 14 krajů. Dnes již bývalý okres Český Krumlov se stal součástí Jihočeského kraje, který spolu s Plzeňským krajem vytváří územně vyšší jednotku NUTS 2, tzv. „Jihozápad“. V letech 1998 – 1999 bylo za účelem vytvoření ucelené a dostatečně atraktivní turistické nabídky vymezeno 15 turistických regionů. Většinou nekorespondují s územněsprávním členěním státu. Lipensko je součástí regionu Šumava.

Obr. č. 8 - Logo NP a
CHKO Šumava.

Představitelem státní správy a samosprávy na Lipensku je také *Správa Národního parku a chráněné krajinné oblasti Šumava*. Tato příspěvková organizace byla zřízena rozhodnutím ministerstva životního prostředí v souvislosti se zřízením NP Šumava roku 1991. Hlavní předmět činnosti Správy NP a CHKO Šumava je státní správa v oboru ochrany přírody na



Zdroj: [55].

území celé biosférické rezervace (tj. NP a CHKO); odborná činnost na území celé biosférické rezervace v oborech ochrany přírody, lesnictví a zemědělství, územní plánování podle potřeb státní správy a organizací; dokumentační činnost, zejména soustavná dokumentace území a provoz muzea a dokumentačního centra; strážní, kontrolní a informační služba; sanační a jiné práce; činnost v oboru cestovního ruchu; kulturně výchovná činnost, zejména ekologická výchova a vzdělání obyvatelstva, zřizování a provozování informačních a školících středisek; propagační, publikační, poradenská, metodická, vědeckovýzkumná a znalecká činnost. [32, 33]

Instituce na úrovni kraje.

Na krajské úrovni se cestovním ruchem zabývá **Krajský úřad Jihočeského kraje odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu** prostřednictvím oddělení kultury a cestovního ruchu. Tato státní instituce spolupracuje s Českou centrálou cestovního ruchu a Klubem Českých turistů.

Obr. č. 9 - Logo Jihočeského kraje.



Dalším subjektem působícím v oblasti cestovního ruchu na úrovni kraje je **Jihočeská centrála cestovního ruchu**. Mezi její hlavní aktivity patří provoz Informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje, tvorba produktů cestovního ruchu, ediční činnost, prezentace jižních Čech na vybraných výstavách a veletrzích cestovního ruchu, spolupráce s podnikateli v oblasti cestovního ruchu, spolupráce s agenturou CzechTourism, spolupráce s příhraničními regiony Horní a Dolní Rakousko, Východní Bavorsko, realizace projektů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu v regionu a prezentaci regionu jako turisticky atraktivní destinace vedení sekretariátu Nadace Jihočeské cyklostezky.

Obr. č. 10 - Logo JCCR.



Zdroj: [56].

Na úrovni kraje působí i **Jihočeská hospodářská komora (JHK)** je sdružení podnikatelů, působící nezávisle na politických stranách, státních orgánech a orgánech územní samosprávy. V současné době fungují také oborová sdružení při JHK, a to „Jižní Čechy pohostinné“, sdružení stavebnictví a územního rozvoje, sdružení cestovního ruchu, sdružení dopravy a sdružení reality. Hlavním posláním JHK je podpora rozvoje podnikatelského prostředí a prosazování zájmů podnikatelů. [33, 35, 38, 56]

Obr. č. 11 - Logo JHK.



Zdroj: [56].

Instituce na úrovni regionu.

Vzhledem k tomu, že v České republice žádný zákon neupravuje systém organizace cestovního ruchu v regionech, je spolupráce mezi podnikateli i obcemi v cestovním ruchu zatím nedostatečná. V regionu působí několik svazků měst, obcí a občanských sdružení, které se cestovním ruchem zabývají. Vznikají zde určité malé struktury, které však zdaleka nemají celoregionální působnost. Lipensko je příhraniční oblast, a tak jsou zde zastoupeny různé formy přeshraniční spolupráce. Činnost zastřešující regionální turistické organizace je suplována činností institucí, jakými jsou 2 euroregiony, 2 rozvojové regionální agentury a 3 mikroregiony.

Příkladem této přeshraniční spolupráce je **Euroregion Silva – Bortice**, jehož zakladateli jsou Europaplattform Pro Waldviertel na rakouské straně a sdružení Jihočeská Silva Nortica na české straně.

Obr. č. 12 – Logo Euroregionu Silva - Bortice.



Zdroj: [56].

Dalším je **Euroregion Šumava** založený v roce 1993 jako dobrovolné sdružení obcí, měst a dalších právnických osob. Jeho nadregionální význam spočívá v tom, že plošně pokrývá rozsáhlé území pohraničních regionů České republiky, Bavorska a Horního Rakouska.

Obr. č. 13 - Logo Euroregionu Šumava.



Zdroj: [56].

Cílem sdružení je zkvalitnění přeshraniční spolupráce, která se týká zejména oblasti cestovního ruchu, hospodářského a regionálního rozvoje, zemědělství a obnovy venkova, ekologie a ochrany přírody, vzdělání, sportu a kultury.

Regionální rozvojová agentura, RERA a.s. byla založena a koncipována na principu partnerství jednotlivých regionálních subjektů působících v oblasti jižních Čech. Svou činnost společnost zahájila roku 1999 s cílem podporovat a koordinovat hospodářský, sociální a kulturní rozvoj jihočeského regionu. Akcionáři agentury jsou Svaz měst a obcí Jihočeského kraje, Jihočeský kraj, Jihočeská hospodářská komora a Regionální agrární komora.

Obr. č. 14 - Logo RERA a.s.



Zdroj: [56].

Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s. plní úlohu jakési servisní agentury Euroregionu Šumava. Poskytuje informační servis v oblasti kritérií připravovaných projektů, zajišťuje technickou, administrativní a poradenskou činnost. Agentura působí od roku 1997 na území typického Phare regionu, tzn. v přímém příhraničí se SRN a Rakouskem. Svou činnost rozvíjí na území čtyř okresů - Domažlice, Klatovy, Prachatice a Český Krumlov.

Obr. č. 15 - Logo RRA Šumava.



Zdroj: [54].

Mikroregion Horní Vltava – Boubínsko má předmět činnosti prosazování záměrů týkajících se svým rozsahem a významem spádového území a další aktivity, související s propagací mikroregionu a celého zájmového území. Samotné jádro Mikroregionu Horní Vltava-Boubínsko tvoří obce na území NP a CHKO Šumava. Mikroregion se sídlem ve Volarech má 11 členů, z nichž bezprostřední oblast Lipenska zastupuje obec Nová Pec (okres Prachatice).

Regionální sdružení Šumava, zájmové sdružení právnických osob se sídlem ve Stachách, má za účel garanci a reprezentaci šumavských obcí v kategoriích cestovní ruch, přeshraniční spolupráce, regionální rozvoj, životní prostředí a příroda oblasti. Z Lipenska jsou jeho členy: Frymburk, Černá v Pošumaví, Lipno nad Vltavou, Nová Pec.

Sdružení lipenských obcí bylo založeno v červnu roku 1991 za účelem hájit zájmy oblasti jako celku, stanovovat a dodržovat priority řešení problémů tak, aby přinášely maximální prospěch celé oblasti. Cílem je vytvořit v oblasti hodnotné prostředí, kde budou bezkonfliktně vedle sebe existovat zajímavé prostředí pro život stálých obyvatel, hodnotná letní i zimní rekreace, zachovalá příroda typická pro předhůří Šumavy a nezávadné vodní prostředí ve vodní nádrži Lipno. Členové sdružení jsou Nová Pec, Horní Planá, Černá v Pošumaví, Frymburk, Přední Výtoň, Lipno nad Vltavou, Loučovice, Vyšší Brod a Hořice na Šumavě. Každá obec má ve Sdružení lipenských obcí právě jednoho zástupce, starostu obce. Předsednictví je udělováno jednou za 2 roky jedné z členských obcí, přičemž předsedou se automaticky stává její starosta. Největším a nejvýznamnějším společným projektem byla výstavba páteřové cyklostezky z Nové Pece do Vyššího Brodu, podporovaná z programu Phare CBC. Z ostatních společných projektů lze jmenovat např. proznačení cyklostezek na pravém břehu jezera s podporou Fondu malých projektů Phare a ze stejného fondu podporované projekty na informační materiály sloužící k společné prezentaci sdružení na veletrzích cestovního ruchu. Mezi plány sdružení patří sjezdovka a lanovka na Hraničnická a Alpu pro zimní turistickou sezónu, otevření dvou dalších hraničních přechodů v Kyselově pro cyklisty a v Zadní Zvonkové pro osobní automobily, s tím související internacionalizace dopravní sítě s Evropskou unií. Dále výstavba skupinového vodovodu Horní Planá - Lipno a v neposlední řadě i plynofikace mikroregionu Lipenska a zdokonalování společného internetového informačního systému. Sdružení lipenských obcí má zpracovanou Strategii rozvoje Lipenska představující cíl regionu a jednotlivých obcí: „Region Lipenska bude regionem nabízejícím kvalitní podmínky pro život stávajících i nově příchozích obyvatel všech generací. Bude regionem přitažlivým pro mladé lidi, nabízejícím dostatek kvalifikovaných pracovních příležitostí a služby občanské vybavenosti na úrovni odpovídající rozvinutým evropským regionům. Region Lipensko bude regionem se zachovalou přírodou a čistým životním prostředím plně využívající potenciálu přírodního, kulturního a historického dědictví ke svému hospodářskému rozvoji. Stane se regionem nabízejícím produkty a služby cestovního ruchu na úrovni, která bude lákat návštěvníky z ČR i zahraničí 365 dní v roce, plně uspokojí jejich požadavky a zanechá v nich pocit příjemně stráveného pobytu („Dovolené bez stresu“).“ Mapka sdružení je uvedena jako příloha č. 14 – Sdružení lipenských obcí. [33, 35, 38, 56]

Obr. č. 16 - Logo Sdružení lipenských obcí.



Zdroj: [54].

5.2 Analýza potenciálu na straně poptávky.

Hlavní zdrojem informací pro analýzu poptávky je vlastní dotazníkové šetření autorky, jehož metodika je podrobně popsána v rámci kapitoly 3. Cílem bylo zjistit přání, potřeby a požadavky účastníků cestovního ruchu při čerpání služeb v lipenském mikroregionu. Byl použit dotazník, jež se skládal z pěti částí, přičemž každá byla zaměřena na jiný druh služeb. Z tohoto rozdělení bylo vycházeno i při zpracovávání této kapitoly. Formulář dotazníku je přiložen jako příloha č. 2 - Dotazník.

5.2.1 Hodnocení úrovně služeb.

5.2.1.1 Ubytovací služby.

Bylo zpracováno souhrnné hodnocení úrovně poptávky ubytovacích služeb na základě provedeného marketingového výzkumu v dřívějším časovém horizontu (letní sezóna 2005). Osobním pozorováním a rozhovory se zaměstnanci v zařízeních cestovního ruchu byla potvrzena aktuálnost zjištěných trendů. Výběr otázek v dotazníku je v úvodní části označené jako „1. Spokojenost s ubytovací službou“. Uvedeny jsou výsledky vlastního marketingového šetření na základě osobního pozorování a dotazování pro následující oblasti.

Způsob rezervace pobytu.

Byl zjištěn nárůst rezervací zprostředkovaných přímo osobně (33,6 %) a přes Internet (36,4 %), naopak je pozorovatelný trend stagnace způsobu písemně a trend neutrálního vývoje u telefonického způsobu.

Rezervace přes Internet, telefonicky, popř. faxem a písemně byly učiněny předem s dohromady tvoří 42 % rezervací.

Místo rezervace pobytu.

Zde převládá individuální pobyt (84 %). Ostatní regionální i národní cestovní kanceláře a cestovní agentury mají nízký podíl rezervací pobytů (5 %).

Motiv pobytu.

Při zjišťování motivace respondentů se jako nejvíce zastoupené motivy vyskytly rekreační (37 %), sportovní a dobrodružný (29 %) motiv. Ostatní motivy nedosáhly vyšších podílů.

Délka pobytu.

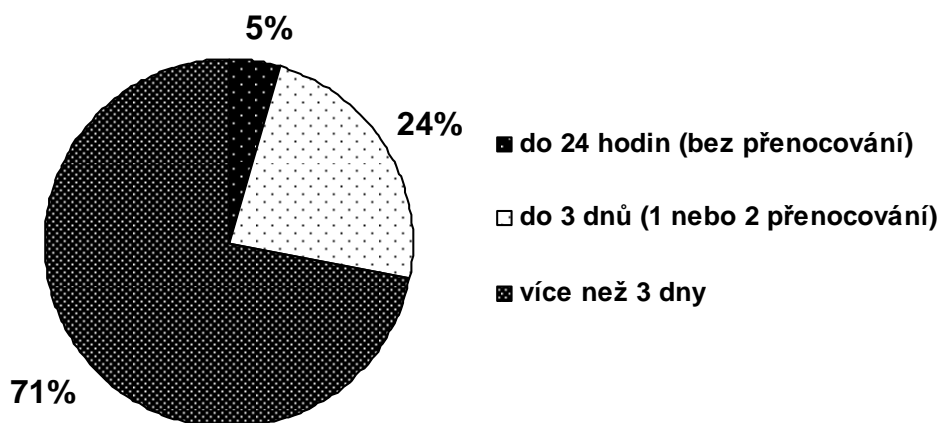
Otázka č. 1.1 Jaká je délka Vašeho pobytu v regionu Lipensko?

Tab. č. 3 – Délka pobytu.

do 24 hodin (bez přenocování)	10	4,55%
do 3 dnů (1 nebo 2 přenocování)	52	23,64%
více než 3 dny	158	71,82%
celkem	220	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 3 – Délka pobytu.



Zdroj: Vlastní šetření.

Z tabulky č. 3 a grafu č. 3 vyplývá, že průměrná délka pobytu účastníků cestovního ruchu na Lipensku činí více než 3 dny, což uvedlo 72 % respondentů. 24 % respondentů tráví na Lipensku dobu do 3 dnů. Podíl jednodenních výletníků je cca 5 %.

Lokalita ubytovacího zařízení.

V lokalitách ubytovacích zařízení byla vysledována značná nevyváženost. Dominuje obec Lipno nad Vltavou (33 %) a na druhém místě lokalita Frymburk (16 %). Ostatní obce mají nižší podíly.

Druh ubytovacího zařízení.

Největší zájem byl zaznamenán v letní sezóně o kempy a chatové osady (43 %). Výrazně menší zastoupení měly pak penziony (23 %), pak o hotely (18 %) a o aparthotely (12 %). Ostatní druhy ubytovacích zařízení dosáhly nižších procentuálních podílů.

Faktory nejvíce ovlivňující rozhodnutí hosta.

Bylo zjištěno toto pořadí závažnosti faktorů ovlivňujících rozhodnutí hosta: 1. cenové podmínky, 2. lokalita ubytovacího zařízení, 3. vzhled a podoba ubytovacího zařízení, 4. druh ubytovacího zařízení, 5. místo a způsob rezervace pobytu, 6. speciální nabídka ubytovacího zařízení, 7. doplňkové služby a služby pro volný čas v rámci ubytovacího zařízení, 8. dostupnost stravovacích služeb v rámci ubytovacího zařízení, 9. standard ubytovacího zařízení, 10. reklama a propagace, 11. zařízení a vybavení pokojů / apartmánů, 12. referenční skupina, 13. nová / rekonstruovaná / zastaralá ubytovací zařízení, 14. osobní zkušenost, 15. zdánlivé drobnosti (parkovací prostory, vzdálenost od vodní plochy, vstup psům povolen / nepovolen, konferenční prostory, bezbariérový přístup 16. možnost individuální volby délka pobytu, 17. pracovník zajišťující ubytování, 18. kdo ze skupiny činí konečné rozhodnutí o ubytování, 19. přírodní podmínky – např. počasí, 20. společenské podmínky, bezpečnost – např. riziko terorismu, 21. celková atraktivita destinace pro turistu.

Spokojenost hosta s ubytováním.

Otázka č. 1.2. Jak jste spokojen(a) se službami Vašeho ubytovacího zařízení?

Tab. č. 4 – Spokojenost hosta s ubytováním.

Charakteristika ubytovacího zařízení	Velmi spokojen (a) 😊😊	Spokojen (a) 😊	Nespokojen (a) 😞	Velmi nespokojen (a) 😞😞	Nevím / nemohu posoudit ○
Ochota a vstřícnost personálu	96 43,64%	70 31,82%	10 4,55%	8 3,64%	36 16,36%
Dostupnost personálu	64 29,09%	72 32,73%	28 12,73%	10 4,55%	46 20,91%
Uklid a čistota uvnitř / v rámci budovy	99 45,00%	86 39,09%	18 8,18%	14 6,36%	3 1,36%
Uklid a čistota v areálu / okolí budovy	114 51,82%	62 28,18%	34 15,45%	8 3,64%	2 0,91%
Zařízení / vybavení pokoje / apartmánu	84 38,18%	80 36,36%	28 12,73%	22 10,00%	6 2,73%
Fungování služeb – teplá voda, topení, zajištění	86 39,09%	62 28,18%	36 16,36%	16 7,27%	20 9,09%
Adekvátnost ceny za ubytování	98 44,55%	82 37,27%	10 4,55%	16 7,27%	14 6,36%
Možnost aktivit pro volný čas v ubytovacím	36 16,36%	62 28,18%	34 15,45%	28 12,73%	60 27,27%
Celková úroveň ubytovacího zařízení	90 40,91%	72 32,73%	28 12,73%	18 8,18%	12 5,45%

Zdroj: Vlastní šetření.

Na základě parametrů v tabulce č. 4 můžeme říci, že většinu charakteristik ubytovacího zařízení hodnotili respondenti jako velmi spokojeni v rozmezí 38 % až 52 % respondentů. Menší spokojenost hodnotili respondenti pouze u dostupnosti personálu a možností aktivit pro volný čas v ubytovacím zařízení.

Nespokojenost hosta s ubytováním.

Přesně 40 % respondentů našlo něco, s čím byli ve svém ubytovacím zařízení zvláště nespokojeni.

Cenové podmínky.

Cena za ubytování je adekvátní standardu dle poskytované ubytovací služby. Tento výrok potvrdilo 49 % respondentů.

Návratnost do ubytovacího zařízení.

Přibližně 16 % respondentů si je jisto svým návratem do ubytovacího zařízení, přičemž dalších 35 % je možno ještě získat pro návrat do ubytovacího zařízení, protože zatím neví.

Většina respondentů prožívá na Lipensku opakovaný pobyt, ale poměrně vysoké procento je na Lipensku poprvé (39 %).

5.2.1.2 Stravovací služby.

Úroveň stravovacích služeb byla hodnocena na základě odpovědí respondentů v druhé části dotazníku nazvané jako „2. Spokojenost se stravovací službou“.

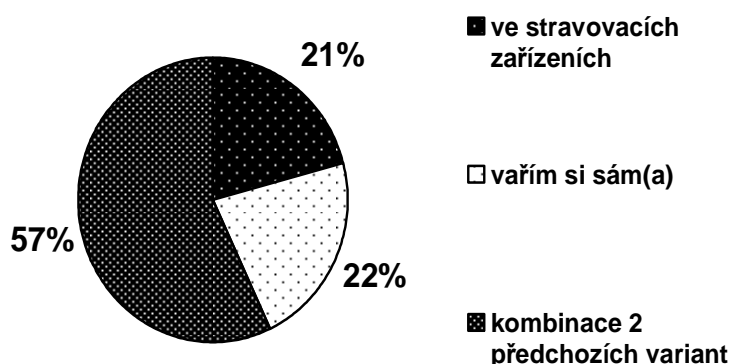
Otázka č. 2.1 Jak se při Vašem pobytu stravujete?

Tab. č. 5 – Způsob stravování.

ve stravovacích zařízeních	46	21%
vařím si sám(a)	49	22%
kombinace 2 předchozích variant	125	57%
celkem	220	100%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 4 – Způsob stravování.



Zdroj: Vlastní šetření.

Z výše uvedeného grafu č. 4 a tabulky č. 5 je patrné, že nejvíce účastníků cestovního ruchu (57 %) volí kombinaci návštěvy stravovacích zařízení a vaření si sami v ubytovacích zařízeních (zejména v chatkách a apartmánech). Podíly zbylých dvou variant jsou vyrovnané.

Otázka č. 2.2 Jak jste spokojen(a)s úrovní Vámi navštívených stravovacích zařízeních v regionu Lipensko?

Název stravovacího zařízení.....

Tab. č. 6 – Spokojenost s úrovní stravovacích služeb.

Charakteristika stravovacího zařízení	Velmi spokojen(a) ☺☺	Spokojen(a) ☺	Nespokojen (a) ☹	Velmi nespokojen (a) ☹☹	Nevím / nemohu posoudit ○
Kvalita nabízených pokrmů	27 12,27 %	53 24,09 %	23 10,45 %	7 3,18 %	110 50 %
Sortiment a výběr pokrmů	31 14,09 %	39 17,73 %	18 8,18 %	9 4,09 %	123 55,91 %
Obsluhující personál	25 11,36 %	55 25 %	19 8,64 %	5 2,27 %	116 52,73 %
Adekvátnost ceny za stravování	19 8,64 %	21 9,55 %	51 23,18 %	88 40 %	41 18,64 %
Celková úroveň a atmosféra stravovacího zařízení	32 14,55 %	56 25,45 %	17 7,73 %	6 2,73 %	109 49,55 %

Zdroj: Vlastní šetření.

Výsledek této otázky je vyhodnocen pomocí tabulky č. 6. Většina respondentů v této otázce často volila možnost odpovědi nevím / nemohu posoudit. Pokud si tuto variantu odmyslíme, můžeme vyhodnotit u většiny sledovaných charakteristik stravovacích

zařízeních spokojenost respondentů. Velmi nespokojeni ovšem nebyly respondenti s žádnou charakteristikou. Alarmující je řádek posuzování adekvátnosti ceny za stravování, kdy bylo 40 % respondentů velmi nespokojeno.

Jako nejvíce navštěvovaná stravovací zařízení z výzkumu vyplynuly restaurace Marina, Nemo, Admirál, Kramolín a Slunečná Louka, tedy moderní a větší subjekty umístěné při ubytovacích či sportovních zařízeních.

5.2.1.3 Dopravní služby.

Úroveň dopravních služeb byla hodnocena na základě odpovědí respondentů ve třetí části dotazníku nazvané jako „3. Spokojenost s dopravními službami“.

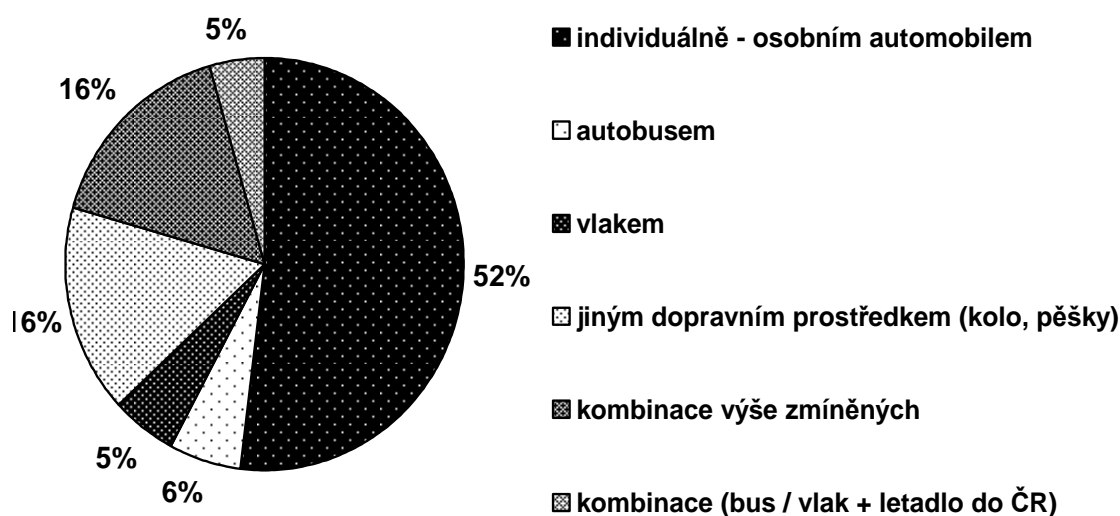
Otázka č. 3.1 Jaký dopravní prostředek jste zvolil(a) pro příjezd do regionu Lipensko, popř. do ČR?

Tab. č. 7 – Druh dopravy.

individuálně - osobním automobilem	114	52%
autobusem	13	6%
vlakem	12	5%
jiným dopravním prostředkem (kolo, pěšky)	36	16%
kombinace výše zmíněných	35	16%
kombinace (bus / vlak + letadlo do ČR)	10	5%
celkem	220	100%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 5 – Druh dopravy.



Zdroj: Vlastní šetření.

Z tabulky č. 7 a grafu č. 5 znázorňují, že jako nejvíce užívaná doprava byla zjištěna individuální doprava osobním automobilem (52 %). Pěší turistika a cykloturistika pojmenované jako doprava jiným prostředkem se dosáhly využití u 16 % respondentů. Kombinovanou dopravu bez letecké užilo 16 % respondentů. Pouze autobusovou nebo vlakovou dopravu užilo do regionu nízké procento dotazovaných. Rovněž kombinace s leteckou dopravou není příliš častá, což je možné vysvětlit válkou vzdáleností jižních Čech od mezinárodního letiště.

Otázka č. 3.2 Jak jste byl(a) spokojen(a) s úrovní dopravy do regionu Lipensko? (Odpovědi nevyplňujte v případě individuální automobilové dopravy, pěší a cyklistické dopravy.)

Tab. č. 8 – Spokojenost s dopravní službou.

Charakteristika dopravní služby	Velmi spokojen(a) ☺☺	Spokojen (a) ☺	Nespokojen (a) ☹	Velmi nespokojen (a) ☹☹	Nevím / nemohu posoudit ○
Časová a místní dostupnost dopravce	13 18,57 %	28 40 %	19 27,14 %	4 5,71 %	6 8,57 %
Personál	9 12,86 %	15 21,43 %	20 28,57 %	8 11,43 %	18 25,71 %
Čistota a pohodlí v dopravním prostředku	10 14,29 %	12 17,14 %	15 21,43 %	7 10 %	26 37,14 %
Adekvátnost ceny za dopravu	4 5,71 %	17 24,29 %	9 12,86 %	6 8,57 %	34 48,57 %
Celková spokojenost s dopravní službou	7 10 %	14 20 %	15 21,43 %	6 8,57 %	28 40 %

Zdroj: Vlastní šetření.






Po vyhodnocení předcházející filtrovací otázky č. 3.1 mohlo být pro spokojenost s dopravní službou vyhodnoceny odpovědi od 70 respondentů v tabulce č. 8. Charakteristiky – časová a místní dostupnost a adekvátnost ceny za dopravu dopadly znatelně lépe než hodnocení spokojenosti s personálem a s čistotou a pohodlím v dopravním prostředku. Přestože velký podíl respondentů volil neutrální odpověď, tak celková spokojenost s dopravní službou se ukázala jako nízká.

5.2.1.4 Doplnkové služby.

Úroveň doplňkových služeb byla hodnocena na základě odpovědí respondentů ve čtvrté části dotazníku nazvané jako „4. Spokojenost s doplňkovými službami“.

Otázka č. 4.1 Jakých služeb jste při svém pobytu ještě využil(a)? (pokud jste služby nevyužil(a), vyplňte prosím jako „Nevím / nemohu posoudit“.)

Tab. č. 9 – Spokojenost s doplňkovými službami.

Služba	Velmi spokojen(a) 	Spokojen(a) 	Nespokojen (a) 	Velmi nespokojen (a) 	Nevím / nemohu posoudit 
Informační centra	76 34,55 %	44 20 %	10 4,55 %	8 3,64 %	82 37,27 %
Bazén Aquaworld	96 43,64 %	70 31,82 %	14 6,36 %	10 4,55 %	30 13,64 %
Služby ostatních sportovních zařízení (např. půjčovny sportovních potřeb)	61 27,73 %	39 17,73 %	16 7,27 %	5 2,27 %	99 45 %
Služby kulturních zařízení	24 10,91 %	46 20,91 %	21 9,55 %	14 6,36 %	115 52,27 %
Komunální služby	68 30,91 %	86 39,10 %	26 11,82 %	23 10,45 %	17 7,73 %

Zdroj: Vlastní šetření.

Hladina spokojenosti s doplňkovými službami je shrnuta do tabulky č. 9. Pokud z vyhodnocení vynecháme odpovědi, kdy respondenti danou službu nemohli posoudit z důvodu, že zřejmě danou službu nečerpali, můžeme konstatovat, že nejvíce byli dotazovaní spokojeni s informační službou a službami bazénu Aquaworld. Naopak nejnižší spokojenost byla prokázána se službami kulturních zařízení.

Z osobních rozhovorů s respondenty vyplynulo, že návštěvníci velmi kladně hodnotili u informační služby zejména ochotu a vstřícnost personálu, dostupnost personálu, provozní dobu, šíři nabízených služeb, sortiment nabízeného zboží a nabídku organizovaných kulturních programů. Pracovníci informačních center potvrdili, že jejich klienti nejvíce využívají služeb získání obecných informací o místě a okolí, připojení na Internet, zprostředkování ubytování, sportovních či kulturních programů, nákupu pohlednic, suvenýrů, map a průvodců. Po návštěvě krytého bazénu Aquaworldu byly vypořovány pozitivní ohlasy na ochotu a vstřícnost personálu, dostupnost personálu, úklid a čistotu, šatny, vybavení bazénu, teplotu vody, občerstvení v rámci objektu a další služby (např. sušení vlasů). U služeb ostatních sportovních zařízení byli návštěvníci spokojeni s ochotou a vstřícností personálu. Častými cíli návštěvníků jsou sedačková lanová dráha a bobová dráha, s nimiž byla vypořována vysoká spokojenost.

Při hodnocení komunálních služeb návštěvníci negativně komentovali místní možnosti nákupu potravin, bezpečnostní a zdravotní služby.

Otázka č. 4.2 Jaké další služby byste rád(a) navštívil(a) v regionu Lipensko, resp. co Vám zde chybělo? (1 = nejméně atraktivní, 10 = nejvíce atraktivní)

Tab. č. 10 – Atraktivita doplňkových služeb.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	celkem nejméně	celkem nejvíce	atraktivita	celkem
bowling	3	3	4	5	9	15	19	34	49	79	24	196	ano	220
tenisové hřiště	38	29	15	17	49	5	6	15	14	32	148	72	ne	220
volejbalové hřiště	59	25	30	15	21	14	15	13	16	12	150	70	ne	220
squash	15	5	16	17	45	46	29	28	3	16	98	122	ano	220
lanové centrum	105	15	16	5	17	16	6	16	7	17	158	62	ano	220
golf	92	21	5	4	19	17	6	4	5	47	141	79	ano	220
fitness centrum	85	16	13	14	12	24	12	28	13	3	140	80	spíše ne	220
vodní lyže	16	61	4	3	29	14	7	44	13	29	113	107	střední	220
půjčovna elektr. lodí	19	17	3	6	29	19	5	18	45	59	74	146	ano	220
kadeřnictví	104	18	3	4	34	19	2	3	17	16	163	57	ne	220
kosmetika	99	19	5	6	4	19	5	18	6	39	133	87	střední	220
diskotéka	81	4	18	3	17	16	2	4	3	72	123	97	střední	220
kino	65	4	3	3	17	4	29	31	5	59	92	128	střední	220

Zdroj: Vlastní šetření.

Z tabulky č. 10, je patrné, že nejvíce by návštěvníci regionu uvítali služby sportovních zařízení, jimiž jsou bowling, squash, lanové centrum, golf a půjčovnu elektrických lodí. Za středně atraktivní považují respondenti ze sportovních aktivit – vodní lyže, z kulturních aktivit diskotéku a kino, z komunálních služeb – kosmetiku. Jako nejméně atraktivní byly prokázány služby sportovních zařízení – tenisové a volejbalové hřiště a fitness centrum. Kadeřnictví rovněž respondenti nepovažují za atraktivní.

5.2.2 Souhrnné zhodnocení pobytu na Lipensku.

Celkové hodnocení pobytů respondentů na Lipensku bylo šetřeno v rámci páté části dotazníku nazvané jako „5. Souhrnné zhodnocení pobytu na Lipensku“ pomocí dvou otevřených otázek.

Otázka č. 5.1 Co se Vám na Vaší dovolené na Lipně NEJVÍCE LÍBILO?

Nejvíce se účastníkům cestovního ruchu na Lipensku líbilo přírodní prostředí s možností trávit zde nejenom letní, ale i zimní dovolenou.

Služby sportovních zařízení, jimiž jsou bazén, bobová dráha, lanová dráha, půjčovny sportovních potřeb ve spojení s dobrými podmínkami pro sport dostaly velmi kladné ohlasy. Ale i ubytovací a zprostředkovatelská služby byly respondenty hodnoceny velmi

pozitivně. Klid, pohodlí, relaxace a odpočinek to byla slova, kterými nejčastěji dotazovaní hodnotili svou dovolenou na Lipensku.

Otázka č. 5.2 S čím jste byl(a) na Vaší dovolené na Lipně NEJMÉNĚ SPOKOJEN(A)?

Nejčastěji se vyskytujícím názorem respondentů na jejich nespokojenost byly ceny produktů a služeb na Lipensku, zejména u stravovací služby a cen základních potravin a nepotravin. Drobné stížnosti byly zachyceny i ohledně kapacit stravovacích zařízení a jejich obsluhujícího personálu. Druhou nejčastěji se vyskytující nespokojeností bylo v dotaznících počasí, tedy faktor jež nelze přímo ovlivnit.

5.2.3 Profil návštěvníka Lipenska.

Profil návštěvníka Lipenska byl sestaven na základě závěrečné fáze dotazníku nazvané jako: „6. Statistické údaje o respondentovi“.

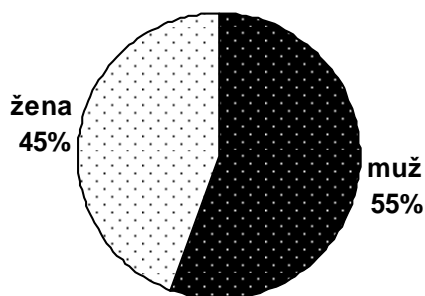
Otázka č. 6.1 Pohlaví respondenta?

Tab. č. 11 - Pohlaví respondentů.

muž	122 respondentů	55,45%
žena	98 respondentů	44,55%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 6 – Pohlaví respondentů.



Zdroj: Vlastní šetření.

Výše uvedená tabulka č. 11 a graf č. 6 nám dokládají, že poměr mezi pohlavím respondentů je poměrně vyrovnaný. Pouze s 5 % náskokem zvítězili muži.

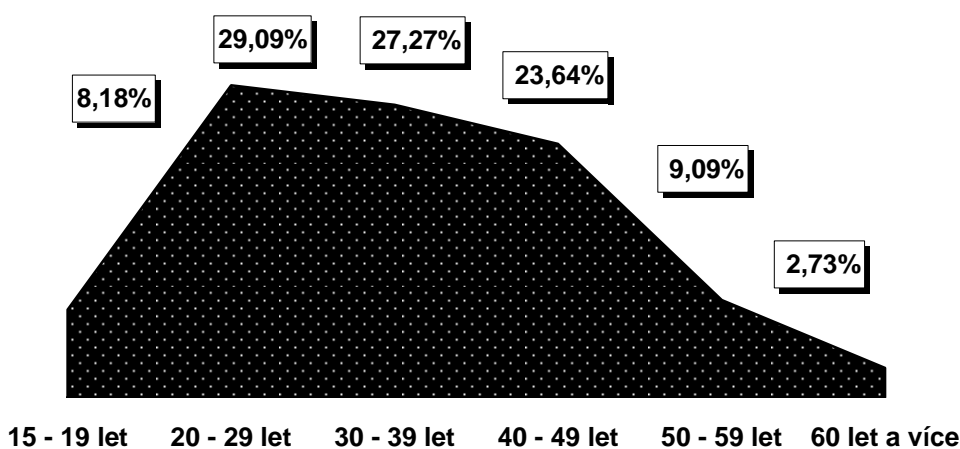
Otázka č. 6.2 Věk respondenta?

Tab. č. 12 – Věk respondentů.

15 - 19 let	18 respondentů	8,18%
20 - 29 let	64 respondentů	29,09%
30 - 39 let	60 respondentů	27,27%
40 - 49 let	52 respondentů	23,64%
50 - 59 let	20 respondentů	9,09%
60 let a více	6 respondentů	2,73%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 7 – Věk respondentů.



Zdroj: Vlastní šetření.

Ve výše uvedené tabulce č. 12 a grafu č. 7 převažují tři nejvíce věkově zastoupené skupiny, jež tvoří dohromady respondenty ve věku od 20 do 49 let, což odpovídá střední věkové generaci.

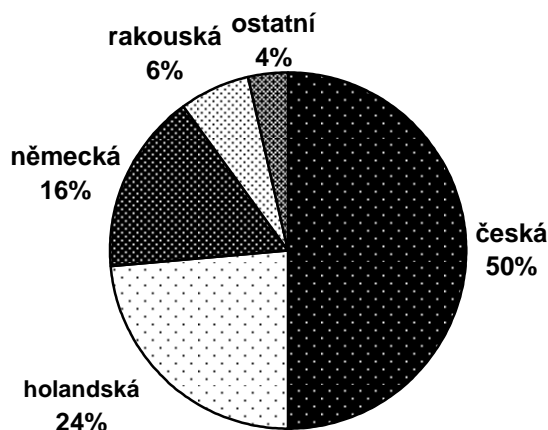
Otázka č. 6.3 Státní příslušnost?

Tab. č. 13 - Státní příslušnosti respondentů.

česká	110 respondentů	50,00%
holandská	52 respondentů	23,64%
německá	36 respondentů	16,36%
rakouská	14 respondentů	6,36%
ostatní	8 respondentů	3,64%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 8 - Státní příslušnosti respondentů.



Zdroj: Vlastní šetření.

V tabulce č. 13 a grafu č. 8 je zachycen největší podíl hostů české národnosti, tedy účastníků domácího cestovního ruchu. Podíl cizinců přímo v obci Lipno nad Vltavou, zejména Holanďanů je vyšší, tvoří totiž většinu hostů kapacitně největšího ubytovatele Landal Mariny. Vysoký podíl Němců a Rakušáků je způsoben pro ně příznivými cenami a blízkou vzdáleností regionu od hranic. Mezi ostatními národnostmi jsou účastníci ze zemí bývalého východního bloku (Slováci, Poláci, Rusové).

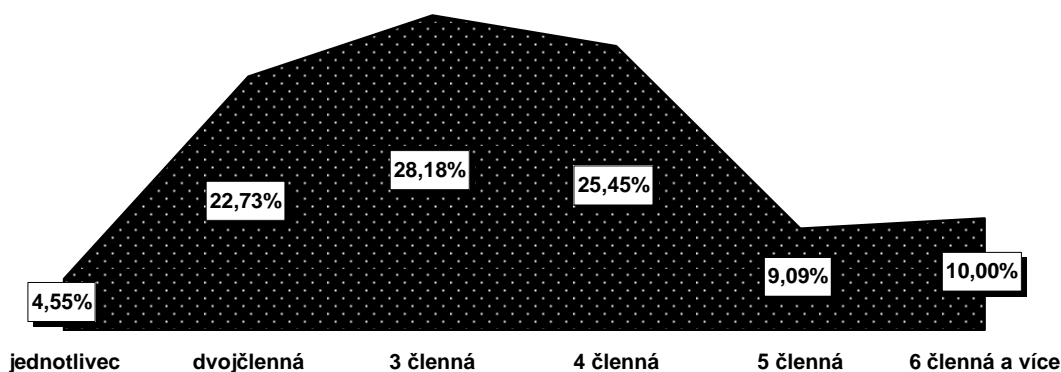
Otázka č. 6.4 Velikost rodiny / skupiny ubytované pohromadě?

Tab. č. 14 - Velikost rodiny / skupiny.

jednotlivec	10 respondentů	4,55%
dvojčlenná	50 respondentů	22,73%
3 členná	62 respondentů	28,18%
4 členná	56 respondentů	25,45%
5 členná	20 respondentů	9,09%
6 členná a více	22 respondentů	10,00%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 9 – Velikost rodiny / skupiny.



Zdroj: Vlastní šetření.

V tabulce č. 14 a na grafu č. 9 jsou znázorněny tři nejčastěji zastoupené velikosti rodiny, popř. skupiny, jimiž jsou dvojčlenné, tříčlenné a čtyřčlenné skupiny. Naopak méně zastoupené skupiny jsou jednotlivci, pětičlenné a šestičlenné a vícečlenné skupiny mezi lipenskými návštěvníky.

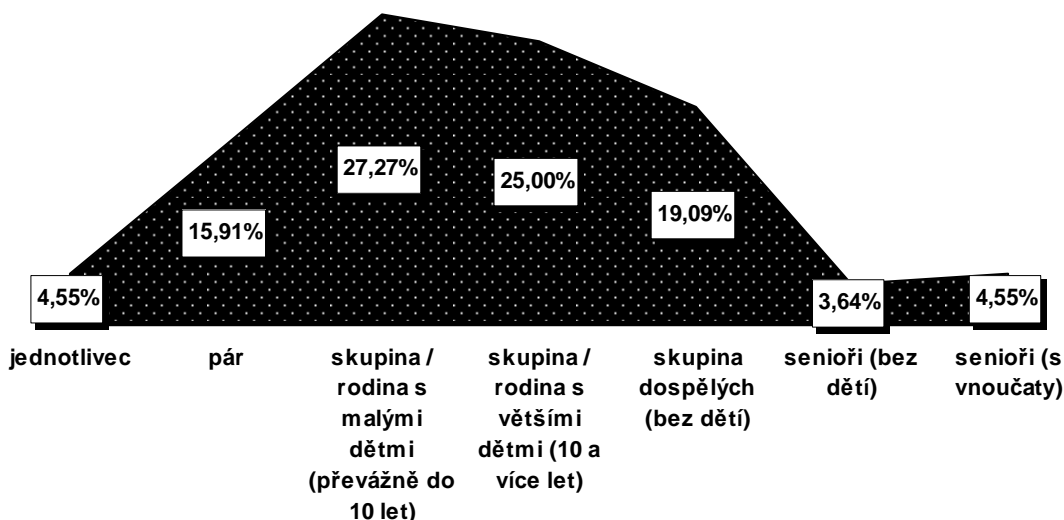
Otázka č. 6.5 U dvou a vícečlenných skupin: Charakter rodiny / skupiny ubytované pohromadě?

Tab. č. 15 - Charakter rodiny / skupiny.

jednotlivec	10 respondentů	4,55%
pár	35 respondentů	15,91%
skupina / rodina s malými dětmi (převážně do 10 let)	60 respondentů	27,27%
skupina / rodina s většími dětmi (10 a více let)	55 respondentů	25,00%
skupina dospělých (bez dětí)	42 respondentů	19,09%
senioři (bez dětí)	8 respondentů	3,64%
senioři (s vnoučaty)	10 respondentů	4,55%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 10 – Charakter rodiny / skupiny.



Zdroj: Vlastní šetření.

V tabulce č. 15 a na grafu č. 10 bylo jednoznačně potvrzeno, že převažují rodiny s malými i většími dětmi, na druhém místě se umístily páry a skupiny dospělých bez dětí. Senioři a jednotlivci tvoří málo početně zastoupené skupiny mezi návštěvníky Lipenska.

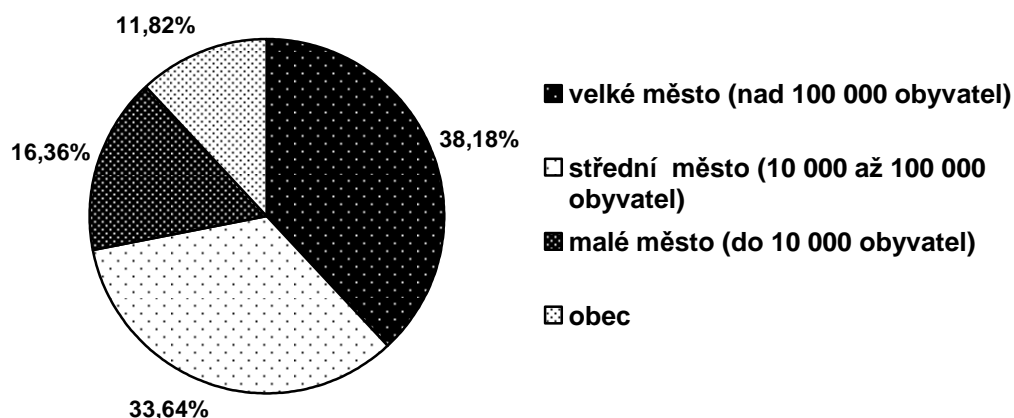
Otázka č. 6.6 Místo trvalého bydliště respondenta?

Tab. č. 16 - Velikost míst trvalého bydliště.

velké město (nad 100 000 obyvatel)	84 respondentů	38,18%
střední město (10 000 až 100 000 obyvatel)	74 respondentů	33,64%
malé město (do 10 000 obyvatel)	36 respondentů	16,36%
obec	26 respondentů	11,82%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 11 - Velikost míst trvalého bydliště.



Zdroj: Vlastní šetření.

V tabulce č. 16 a na grafu č. 11 je zachyceno, že převažují respondenti z velkých a středních měst oproti respondentům z malých měst a obcí. V rámci České republiky představuje významnou zdrojovou oblast Praha a ostatní velká města (Plzeň, České Budějovice, Brno).

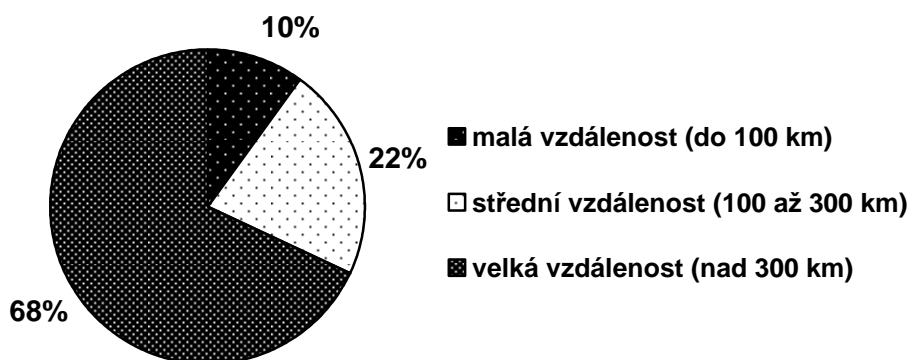
Otázka č. 6.7 Vzdálenost místa trvalého bydliště respondenta od regionu Lipensko?

Tab. č. 17 - Vzdálenost míst trvalého bydliště od Lipenska.

malá vzdálenost (do 100 km)	22 respondentů	10,00%
střední vzdálenost (100 až 300 km)	48 respondentů	21,82%
velká vzdálenost (nad 300 km)	150 respondentů	68,18%

Zdroj: Vlastní šetření.

Graf č. 12 - Vzdálenost míst trvalého bydliště od Lipenska.



Zdroj: Vlastní šetření.

Již z výsledků převládajících státních příslušností, vyplývá, že většina respondentů je ze vzdálenějších oblastí nad 100 km (68%). Tabulka č. 17 a graf č. 12 tuto skutečnost dokazují.

5.2.4 Shrnutí výsledků.

Výsledky marketingového výzkumu se výrazně neliší od výsledků dotazníkového šetření, které prováděla agentura TNS Faktum pro Sdružení lipenských obcí v létě 2003. Marketingová studie „Analýza profilu návštěvníka a segmentace trhu cestovního ruchu“ [24] se zabývala průzkumem chování a postojů návštěvníků Lipenska. Shodnost výsledků obou šetření zvyšuje důvěryhodnost provedeného výzkumu.

Pro snadnější provedení SWOT analýzy a stanovení hlavních strategických cílů a východisek bylo provedeno shrnutí vlastních výsledků i marketingového šetření agentury do následujících základních bodů.

- ✚ **Délka pobytu na Lipensku** – více než 3 dny, většina více než 1 den, jednodenní návštěvníci – obyvatelé jihočeského kraje.
- ✚ **Opakovaný pobyt** – většina, 39 % poprvé.
- ✚ **Rezervace** – 42 % rezervací pobytů předem.
- ✚ **Organizace pobytu** – 84 % individuálně, 5 % přes cestovní kanceláře, popř. Cestovní agentury.
- ✚ **Ubytovací zařízení** – 43 % kemp a chatová osada, výrazně menší zastoupení penzion.
- ✚ **Stravování** – 3/4 nepředplacená strava.
- ✚ **Doprava** – více než 1/2 osobní automobil, 6 % autobus, 5 % vlak.

- ✚ **Věková struktura** – mladší a střední generace do 49 let.
- ✚ **Důvod** – 1. vlastní zkušenost (spokojenost) z minulé návštěvy, 2. doporučení přátel známých, příbuzných.
- ✚ **Reference** – většinou pozitivní reference na Lipno, negativní reference – informovanost od CK z propagačních materiálů.
- ✚ **Komunikační nástroj** – nejvíce Internet.

5.2.5 Diskuse.

Diskuse k ubytovacím službám.

Provozovatelé ubytovacích služeb na Lipensku by měli řešit zejména otázky: „Jak prodloužit délku pobytů klientů a jak zdržet hosta déle v ubytovacím zařízení?“ a „Jak změnit jejich jednodenní výlety na pobyty v regionu?“ Odpovědi na tyto otázky shledávám jako výzvu pro zdejší provozovatele služeb cestovního ruchu.

Z výzkumu vyplynulo, že hosty nejvíce ovlivňuje cena za ubytování a jsou na ni velmi citliví. Ubytovatelé by se proto měli zaměřit na práci právě s tímto základním „P“, například prostřednictvím nabídky možnosti čerpat slevy (za skupinu, za počet nocí, za opakovaný pobyt) a výrazně diferencovat pobyt během roku na sezóny a minisezóny.

V kvalitě poskytovaných služeb se prokázaly velké rezervy v lidských zdrojích a nabídce ubytovatelů aktivit pro volný čas.

Diskuse ke stravovacím službám.

Největší procento respondentů volí kombinaci vlastního stravování s kombinací několika návštěv stravovacích zařízení. Tato skutečnost je zřejmě způsobena druhem ubytovacího zařízení, jakými jsou apartmány, bungalovy, chatky a karavany, kde jsou ve vybavení kuchyňky a hosté si vaří sami.

Nejhůře respondenti hodnotili adekvátnost ceny za stravování na Lipensku, kdy některá stravovací zařízení nastavila tzn. „šlehačkové ceny“. Zřejmě i z tohoto důvodu si někteří návštěvníci nemohou dovolit stravovat se během celého pobytu ve veřejných stravovacích službách. Řešením by zde opět bylo rozšíření nabídky o možnost čerpání slev (za menu, za penzi, za polopenzi, za více osob).

Diskuse k dopravním službám.

Prokázané nízké využívání prostředků hromadné dopravy oproti individuální dopravě. Tato skutečnost souvisí s horší časovou a místní dostupností dopravců, vstřícností řidičů a personálu, čistotou a pohodlím v dopravních prostředcích. Ve zlepšování kvality a rozsahu dopravních služeb se rozkryly velké rezervy.

Diskuse k doplňkovým službám.

Nejlépe hodnocené doplňkové služby jsou informační a sportovně-rekreační. Naopak jako nejhůře hodnocená se ukázaly společensko-kulturní služby, jež je možné vysvětlit malou koncentrací těchto služeb v regionu. Respondenti projeví zájem o rozšíření nabídky sportovně-rekreačních služeb o bowling, squash, golf a lanové centrum a společensko kulturních služeb o kino a diskotéku a komunálních služeb o kosmetiku. Jedná se tedy zejména o služby nezávislé na stavu počasí. Příležitostí pro lipenské podnikatele je hledat volné tržní okénka a budovat zařízení služeb pro možnosti trávení volného času i v případě nepříznivého počasí. Ve vzájemné spolupráci je možné touto cestou rozšířit nabídku volnočasových aktivit a fakultativních výletů zdejších ubytovatelů.

Diskuse k profilu návštěvníka.

Vyšší procento u mužů respondentů mohlo být způsobeno jejich vyšší ochotou zodpovídat otázky.

Z hlediska věku převládají respondenti v produktivním věku, což potvrzuje opodstatněnou propagaci Lipenska jako rodinné dovolené. Do budoucna je reálné předpokládat nárůst hostů ve skupině 40 - 59 let a seniorů. Současná nízká procenta u seniorů mohou být zavádějící, protože někteří senioři, jež se za ně ještě nepovažují, se zařadili do jiné skupiny. U seniorů rovněž došlo k setkání se s vyšší neochotou zodpovídat dotazy. Segment dětí mladších 15 let, jež nebyly zařazeny do vyhodnocování vzhledem k výběru dospělého respondenta za skupinu / rodinu, tvoří velkou skupinu, jež výrazně ovlivňuje zejména výběr zařízení služeb cestovního ruchu. Segment skupina dospělých bez dětí tvoří významnou skupinu, zpravidla početnější, u níž se také dá předpokládat nárůst do budoucna. Velký potenciál představují i páry, jež se mohou do regionu navracet.

Převládání respondentů z větších sídel lze vysvětlit touhou obyvatel z velkých a středních měst po přírodě, zdravém životním prostředí, venkovních sportovních aktivitách, kempingu, táboření apod. Obyvatelé menších obcí budou zřejmě raději více

volit wellnes služby, služby městského cestovního ruchu a kulturně poznávacího cestovního ruchu.

Křížovým porovnáním bylo zjištěno, že u skupin z míst trvalého bydliště s malou a někdy i s střední vzdáleností převládají kratší pobyty. Může být tedy vyvozen závěr: „Čím větší vzdálenost místa trvalého bydliště od Lipna, tím delší pobyt“.

6 SWOT analýza

Tato analytická marketingová metoda slouží k získání přehledu o tom, v jakém prostředí a podmínkách se zkoumaný mikroregion nachází. Její pojmenování je odvozeno z angličtiny:

- ✚ strengths (síly),
- ✚ weaknesses (slabosti),
- ✚ opportunities (příležitosti),
- ✚ threats (hrozby).

Silné a slabé stránky se vztahují k vnitřním podmínkám, zatímco příležitosti a ohrožení vyplývají z vnějšího prostředí.

Analýza vnitřního prostředí (tzv. analýza S - W) je tvořena trhem, fyzickým a přírodním prostředím destinace, skladbou obyvatelstva, ekonomikou destinace, trhem práce, technickou infrastrukturou, podnikatelským prostředím, státní správou a samosprávou. Avšak hodnotí se zde také zákazníci, konkurence, dodavatelé, mezičlánky, veřejnost a marketingový mix.

Při zkoumání vnějšího prostředí (tzv. analýzy O – T) je třeba si uvědomit, že se jedná o faktory do značné míry neovlivnitelné a nekontrolovatelné. Vnější prostředí tvoří faktory ekonomické, politické a legislativní, demografické, kulturní a sociální, technologické a ekologické.

V minulosti bylo již provedeno několik SWOT analýz týkajících se užšího prostoru Lipenska nebo širšího území v rámci celé Šumavy nebo bývalého okresu Český Krumlov. Tyto analýzy regionu, ale i konkrétních podniků byly realizovány v rámci grantové činnosti vysokých škol a odborných prací studentů. Dále pak vznikaly jako nástroj při podnikatelské činnosti a získání prostředků z Evropské Unie soukromými subjekty a při plánování rozvoje regionu orgány veřejné správy. Například v roce 2001 vznikl Koncept rozvoje cestovního ruchu – akční program a s ním velmi podrobná SWOT analýza s konkrétními doporučeními [33]. Na katedře ekonomiky JČU v Českých Budějovicích byl zpracován od A. Šmejkal a T. Volka projekt: „Stanovení prioritních oblastí trvale udržitelného rozvoje mikroregionu Lipensko na základě SWOT analýzy“. Jiná SWOT analýza, konkrétně návrh sociálně ekonomické analýzy, byla provedena E. Cudlínovou jako podklad pro výstavbu lyžařského areálu na Špičáku v prostoru VÚ Boletice. Další SWOT analýza byla vypracována v rámci „Strategie rozvoje Lipenska“ Sdružením lipenských obcí. Provedené analýzy se liší

přístupem, obsahem, složitostí, formou i rozsahem, shodují se v rámcovém rozdělení na čtyři základní prvky – silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení.

Praktické provedení SWOT analýzy v této práci vycházelo z metody H. Horákové v publikaci Strategický marketing [9, s. 23 - 31]. Nejprve byly v rámci analýzy S – W vytipovány jednotlivé faktory, které naplňují podstatu silných a slabých stránek. Jako zdroj pro jejich stanovení posloužila předchozí situační analýza mikroregionu. Jednotlivé faktory byly seřazeny do přehledné tabulky podle šesti kritérií. Následně byl u každého faktoru posouzen současný stav (výkonnost), přičemž stupnice hodnocení je třístupňová (dobrý, průměrný, špatný). Zároveň byla zhodnocena závažnost každého faktoru. Pro hodnocení výkonnosti a závažnosti ve vzájemných souvislostech pak byly ohodnocené faktory přeneseny do matice závažnosti a výkonnosti.

Podobný postup byl zachován také při analýze O – T. Byl sestaven soupis možných příležitostí a potenciálních ohrožení. Jejich výběr byl proveden na základě výsledků předchozí situační analýzy mikroregionu, analýzy cestovního ruchu a také závěrů dotazníkového šetření. Příležitosti byly rozděleny podle míry přitažlivosti a pravděpodobnosti úspěchu do matice příležitostí, která názorně odlišuje výborné a nevýznamné příležitosti. Základními kritérii při hodnocení ohrožení byla jejich závažnost a pravděpodobnost výskytu. Stupnice hodnocení byla dvoustupňová. Výrazná ohrožení jsou rovněž zdůrazněna v příslušné matici.

6.1 SW analýza – analýza slabých a silných stránek v mikroregionu.

Hodnocení faktorů SW analýzy z hlediska závažnosti.

Vnitřní faktory mikroregionu Lipensko jsem posoudila z hlediska jejich závažnosti. Posouzení stavu a příslušnou závažnost primárních a sekundárních potenciálů jsou uvedeny v následující tabulce.

Tab. č. 18 - Hodnocení faktorů SW analýzy z hlediska závažnosti.

Hodnocené faktory	Posouzení stavu (výkonnost)			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
A. Přírodní potenciál						
A1 geomorfologie	•			•		
A2 klimatologie		•		•		
A3 hydrologie	•			•		
A4 biografie	•			•		
A5 ochrana přírody	•			•		
A6 obnovitelné přírodní zdroje		•			•	
A7 atraktivní příroda	•			•		
B. Kulturně – společenský potenciál						
B1 historické památky	•			•		
B2 technické památky		•			•	
B3 církevní památky	•				•	
B4 muzea a galerie		•			•	
B5 historie oblasti		•			•	
B6 lidová architektura		•			•	
B7 regionální tradice, identita	•			•		
B8 společenské a kulturní akce		•		•		
C. Infrastruktura						
C1 bytovací zařízení	•			•		
C2 stravovací zařízení		•		•		
C3 sportovně – rekreační zařízení	•			•		
C4 tur. stezky, cyklotrasy, lyžařské stopy	•			•		
C5 sjezdové tratě, vleky, lanovky	•			•		
C6 cestovní kanceláře a agentury		•		•		
C7 horská a záchranná služby		•		•		
C8 obchodní a komunální vybavenost			•	•		
C9 informační centra	•				•	
C10 kulturně - společenská zařízení			•	•		
D. Poloha a dopravní dostupnost						
D1 silniční síť		•		•		
D2 hraniční přechody	•				•	
D3 dostupnost z ČR a ze zahraničí		•		•		
D4 význam železniční dopravy	•				•	
D5 stav komunikací		•		•		
D6 dopravní obslužnost			•	•		
D7 parkovací prostory	•			•		
E. Marketingový mix						
E1 produkt, služby		•		•		
E2 cena, cenová politika		•		•		
E3 komunikační mix		•			•	
E4 distribuce		•			•	
E5 lidé		•		•		
E6 spolupráce	•			•		
E7 programing	•				•	
E8 packaging	•				•	
F. Lidské zdroje						
F1 vzdělanost obyvatelstva		•			•	
F2 hustota zalidnění			•		•	
F3 pracovní příležitosti v regionu		•		•		
F4 věková struktura		•				•
F5 svazky měst a obcí	•			•		
F6 rozvoj CR veřejnou sférou	•			•		

Zdroj: Vlastní sestavení.

Hodnocení výkonnosti a závažnosti ve vzájemných souvislostech.

Takto ohodnocené faktory byly přeneseny do matice závažnosti a výkonnosti.

Obr. č. 17 – Matice výkonnosti a závažnosti.

Výkonnost

		nízká	vysoká
		→	
Závažnost	vysoká	C8 C10 D6	A2 B8 C2 C6 C7 D1 D5 E1 E2 E5 F3
		F2	A1 A3 A4 A5 A7 B1 B7 C1 C3 C4 C5 D7 E6 F5 F6
	nízká		A6 B2 B4 B3 C9 D2 B5 B6 D3 D4E7 E8 E3 E4 F1
			F4

Zdroj: Vlastní sestavení.

Faktory v levém horním kvadrantu potřebují vzhledem k vysoké důležitosti výkonnostně posílit. Faktory nejdůležitější pro prosperitu mikroregionu jsou v pravém horním kvadrantu. Je nezbytné soustředit se na jejich podporu a udržení pozice. Levý dolní kvadrant obsahuje nepříliš důležité faktory, jež nejsou prioritní pro budoucí rozvoj. Nízkou důležitost a vysokou výkonnost vykazují faktory v pravém dolním kvadrantu. Je nutné posoudit možné nebezpečí zbytečně vynakládaného úsilí.

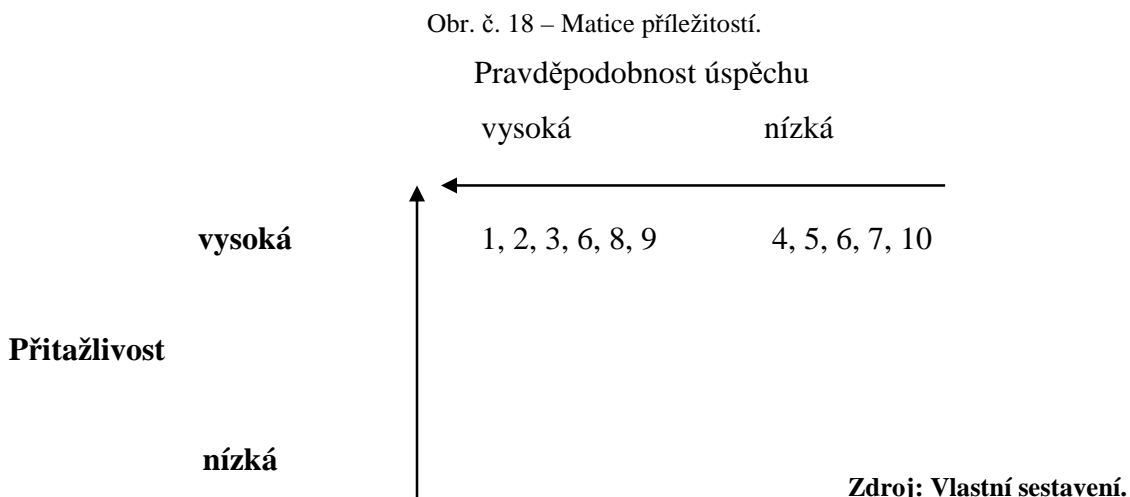
6.2 OT analýza – analýza příležitostí a ohrožení mikroregionu.

Hodnocení příležitostí.

Pro analýzu příležitostí mikroregionu Lipensko byly vytipovány následující nejvýznamnější ukazatele:

1. geografická poloha České republiky,
2. propagace Jihočeského kraje jako významné destinace,
3. příliv zahraničních turistů,
4. podpora rozvoje domácího cestovního ruchu,
5. podpora rozvoje malého a středního podnikání,
6. kvalita životního prostředí,
7. poptávka po individuálních dodavatelích,
8. masový rozvoj Internetu,
9. spolupráce s regionálními a národními cestovními kanceláři a agenturami,
10. měnící se požadavky turistů.

Tyto ukazatele byly zaneseny do následující matice příležitostí, ve které horizontální osu tvoří „Pravděpodobnost úspěchu“ a vertikální osu „Přitažlivost“.



Možné příležitosti byly tedy zhodnoceny z hlediska přitažlivosti a pravděpodobnosti úspěchu. Nejlépe využitelné příležitosti nenacházejí v levém horním kvadrantu. Naopak nejméně vhodné příležitosti jsou v pravém dolním kvadrantu. Pravý horní kvadrant zahrnuje atraktivní příležitosti obtížně

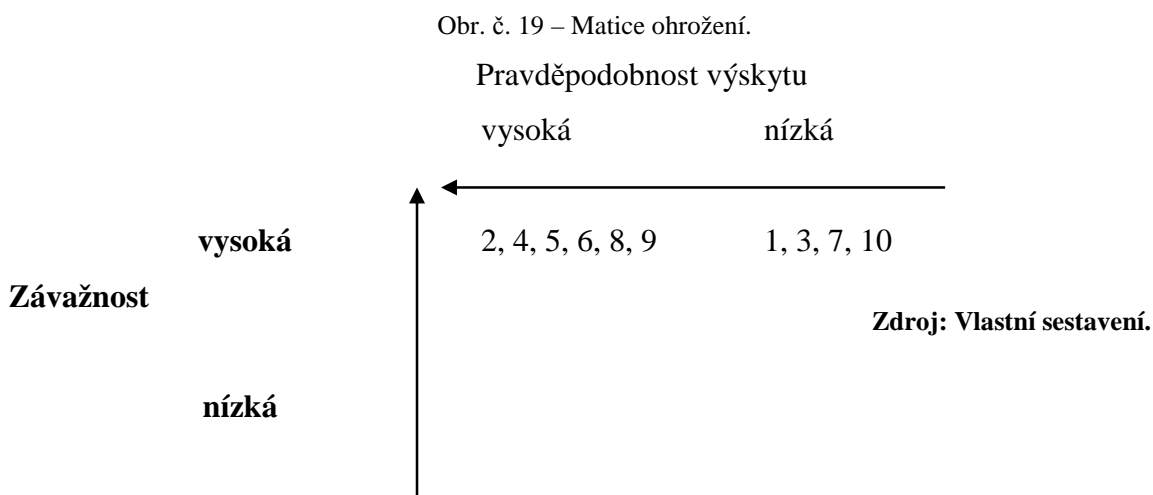
realizovatelné. Dolní kvadranty vykazující nízkou atraktivnost nebyly pro příležitosti vytipovány.

Hodnocení ohrožení.

Podobně byla stanoveny vnější faktory, které nejvíce ohrožující zkoumaný mikroregion Lipensko:

1. politické změny a politická nestabilita,
2. kriminalita,
3. terorismus,
4. snížení kupní síly návštěvníků,
5. nadměrná koncentrace návštěvníků v regionu,
6. zvýšení cen,
7. znečištění životního prostředí,
8. nespolupráce s regionálními a národními cestovními kanceláři a agenturami,
9. konkurenční destinace,
10. měnící se požadavky turistů.

Tyto ukazatele jsem vyhodnotila do matice ohrožení, ve které horizontální osu tvoří „Pravděpodobnost výskytu“ a vertikální osu „Závažnost“.



Nejvýraznější hrozby jsou v levém horním kvadrantu. Hrozby v pravém horním kvadrantu sice bezprostředně podnik cestovního ruchu neparalyzují, ale nelze je podcenit vzhledem k budoucímu vývoji. Dolní kvadranty vykazující nízkou závažnost nebyly pro ohrožení vytipovány.

6.3 Výsledky SWOT analýzy.

Na základě předešlých vah jednotlivých faktorů a po vyhodnocení obou částí SWOT analýzy byl stanoven závěrečný výsledek SWOT analýzy, jež shrnuje následující tabulka. Představuje faktory naplňující podstatu silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení ve vzájemných souvislostech. Vzhledem ke zkoumaným charakteristikám mikroregionu jsou faktory utříděny do pěti oblastí: cestovní ruch, ubytovací služby, stravovací služby, dopravní služby, doplňkové služby.

Výsledná SWOT analýza cestovního ruchu.

Tab. č. 19 – Výsledná SWOT analýza cestovního ruchu.

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
Vnitřní	<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Přírodní potenciál ✚ Geomorfologický potenciál ✚ Biologický potenciál ✚ Hydrologický potenciál ✚ Sportovní potenciál ✚ Ubytovací zařízení 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Stravovací zařízení ✚ Sportovně rekreační zařízení ✚ Kulturně – společenská zařízení ✚ Doprava a dopravní dostupnost ✚ Lidské zdroje
Vnější	<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Propagace Jihočeského kraje jako významné destinace ✚ Podpora rozvoje domácího cestovního ruchu jako bezpečné destinace ✚ Masový rozvoj Internetu ✚ Kooperace v regionu 	<p>Ohrožení</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Snížení kupní síly návštěvníků ✚ Nadměrná koncentrace návštěvníků v regionu ✚ Zvyšování cen ✚ Nespolupráce s cestovními kancelářemi, popř. agenturami ✚ Konkurenční destinace

Zdroj: Vlastní sestavení.

Výsledná SWOT analýza ubytovacích služeb.

Tab. č. 20 – SWOT analýza ubytovacích služeb.

Analyzovaná oblast : ubytovací služby	
Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dostatečná ubytovací kapacita co do celkového objemu 2. Příznivý vztah cena – výkon pro zahraniční návštěvníky v nových a modernizovaných zařízeních 3. V posledních letech se v některých zařízeních výrazně zvedl standard služeb 4. - 5. - 6. - 7. - 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Místně nevyvážená struktura a kapacita ubytování (pravý a levý břeh Lipenské přehrady) 2. Nedostatečná nabídka zařízení pro agroturistiku (chybějí vhodné objekty – statky) 3. Standard v mnoha případech neodpovídá mezinárodnímu standardu 4. Nedostatečná spolupráce podnikatelů mezi sebou 5. Chybějící či nedokonalý informační systém napomáhající využití regionální nabídky volných ubytovacích míst 6. Nevyjasněné vlastnické vztahy brání i investicím do ČR 7. Velké rozdíly v servisu a obsluze hostů neodpovídající cenovým rozdílům
Příležitosti a šance (Opportunities)	Hrozby a rizika (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Zlepšení struktury nabídky a kvality služeb přinese výrazné zlepšení v oblasti ubytování 2. Nabídka pro mimosezóny povede k lepšímu vytížení a obsazenosti kapacit 3. Rozvoj image destinace jako rekreačního regionu s dobrým vztahem „cena - výkon“ 4. - 5. - 6. - 7. - 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ztráta části klientely z důvodu neuspokojení rostoucích nároků hostů na kvalitu ubytování a profesionalitu služeb 2. - 3. Chybějící finanční prostředky / vlastní zdroje na investice 4. - 5. - 6. Daňová vytíženost je přerozdělována dle počtu stálých obyvatel 7. Vede k poškození image subjektů ve smyslu nepoctivé služby

Zdroj: Vlastní sestavení.

Výsledná SWOT analýza stravovacích služeb.

Tab. č. 21 – SWOT analýza stravovacích služeb.

Analyzovaná oblast : stravovací služby	
Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. - 2. Atraktivní ceny pro zahraniční hosty 3. Výrazné zlepšení kvality a nabídky v posledních cca 10 letech 4. Dobrá kvalita domácích produktů 5. Existence speciální šumavské, jihočeské a národní kuchyně (kuchařky jsou k dispozici) 6. - 7. - 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Problém najít a udržet kvalifikovaný personál 2. Nepříznivé ceny v některých zařízeních pro českou klientelu 3. Nevyvážená struktura gastronomických zařízení (chybí například levná zařízení samoobslužného typu) 4. Málo využívané produkty z regionu 5. Restaurace většinou nenabízejí šumavské a české speciality 6. Příliš jednotný charakter stravovacích zařízení - vzhed, vybavení, jídla (chybí originalita – např. tématické hostiny, hody,...) 7. -
Příležitosti a šance (Opportunities)	Hrozby a rizika (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. - 2. - 3. Dobrá příležitost pro využití domácích produktů 4. Typické regionální pokrmy zvyšují atraktivitu regionu pro návštěvníky 5. Zemědělství lépe profituje při spolupráci s gastronomií 6. Větší diferenciací nabídky (vegetariánská, zdravá kuchyně, dětská jídla,...) 7. - 	<ol style="list-style-type: none"> 1. - 2. Zvýšené nároky hostů na zdravou a domácí kuchyni nebudou uspokojeni 3. Orientace na cizí kuchyně (zejména italskou) má nepříznivý vliv na využití regionálních hodnot a tedy i na CR 4. - 5. - 6. - 7. Volba takových ubytovacích zařízení, kde si účastníci vaří sami a tedy nenavštěvovanost stravovacích zařízení

Zdroj: Vlastní sestavení.

Výsledná SWOT dopravních služeb.

Tab. č. 22 – SWOT analýza dopravních služeb.

Analyzovaná oblast : dopravní služby	
Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vybudovaná silniční síť v regionu 2. Vybudovaná železniční síť v regionu 3. Dopravní dostupnost regionu z vnitrozemí i ze sousedních příhraničních oblastí 4. Prostupnost hranice a hustá síť turistických přechodů 5. Rychle se rozvíjející infrastruktura pro cyklistickou dopravu (popř. na kolečkových bruslích) 6. Možnost využití převozů přes Lipenskou přehradu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nevyhovující stav a kapacita některých komunikací 2. Nevyužité možnosti železnice – špatné přímé spojení a návaznost na ostatní druhy dopravy 3. Nedostatečné a neprovázané autobusové a vlakové spojení uvnitř regionu (dopravci nerespektují požadavky cestujících – časy, neochota, neznalost jazyka,...) 4. Velký porvoz nákladních automobilů na hlavních tazích 5. Někdy horší značení a provázanost cyklotras 6. Nízká úroveň vyhlídkových plaveb 7. Absence letecké dopravy
Příležitosti a šance (Opportunities)	Hrozby a rizika (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Možnost vytvořit koordinovaný a přeshraniční dopravní systém pro usměrňování návštěvnosti v území 2. Turistické využití vedlejších železničních tras jako zážitkových jízd 3. Zlepšení dopravní obslužnosti zapojením více soukromých dopravců (v silniční i železniční dopravě) 4. Vznik integrovaného dopravního systému (bus – vlak – automobil) 5. Rozvoj jednotného systému s přeshraniční návazností a propojením, vybudování MT základny pro cyklistiku (půjčovny, servisy, odpočívadla,...) 6. Inovace a modernizace vyhlídkových plaveb 7. Vybudování regionálního letiště Planá v Českých Budějovicích by ve svém dopadu postihlo i miniregion Lipensko 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pokračující nárůst individuální motorizované dopravy 2. Nebezpečí ukončení provozu na vedlejších železničních tazích 3. Nový zatím zavádějící se turistický navádějící a informační systém 4. - 5. - 6. Nezájem turistů o tyto služby (malá akčnost) 7. Přilétající turisté budou preferovat regiona blízké letišti tj Ruzyně, tj střední Čechy)

Zdroj: Vlastní sestavení.

Výsledná SWOT doplňkových služeb.

Tab. č. 23 – SWOT analýza doplňkových služeb.

Analyzovaná oblast : doplňkové služby cestovního ruchu (kulturně – zábavné, sportovně – relaxační, informační, wellness služby, průvodcovské a animační služby)	
Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<p>1. Existence kulturně – zábavných zařízení (diskotéky, letní kina)</p> <p>2. Existence sportovně - relaxační zařízení (L.n.V. – krytý plavecký bazén, golfové hřiště, lanová a bobová dráha, lyžařské vleky, půjčovny sportovních potřeb)</p> <p>3. Rostoucí počet informačních středisek provozovaných obcemi a soukromými subjekty</p> <p>4. Orientace některých ubytovacích zařízení na poskytování wellness služeb</p> <p>5. -</p> <p>6. -</p>	<p>1. + 2. Omezená možnost trávení volného času za nepříznivého počasí</p> <p>3. Chybí centrální databáze s turistickými informacemi, nedostatečné vzjemné propojení informačních středisek</p> <p>4. -</p> <p>5. Nízká úroveň průvodcovských animačních služeb (neodpovídající kvalifikace pracovníků)</p> <p>6. Nexistence přírodního potenciálu pro lázeňské služby</p>
Příležitosti a šance (Opportunities)	Hrozby a rizika (Threats)
<p>1. + 2. Výstavba dalších zařízení dle požadavků poptávky (např. víceúčelové hala)</p> <p>3. -</p> <p>4. + 6. Možný rozvoj wellness služeb v regionu jako substituce lázeňské služby</p> <p>5. Školení a profesní rozvoj pracovníků pro poskytování těchto služeb, vytváření balíčků produktů se zapojením těchto služeb</p>	<p>1.+ 2. Bankrot odvážných projektů, těžko předvídatelný vývoj konkurence</p> <p>3. Neziskovost provozování samotné informační činnosti</p> <p>4. -</p> <p>5. -</p> <p>6. -</p>

Zdroj: Vlastní sestavení.

6.4 Odvození strategie trhu služeb cestovního ruchu.

Bylo provedeno křížové odvození nejefektivnějších strategií a přístupů pro jednotlivé služby cestovního ruchu na základě předešlých matic SWOT analýzy. Odkazované body odpovídají číslování a značení užitým ve výsledných tabulkách č. 20 až 23 SWOT analýzy služeb cestovního ruchu v předcházející kapitole.

Strategie – ubytovací služby.

- ✚ Ad 1 SO (Maxi - Maxi) – Zlepšení kvalitativního standardu služeb a celkové atmosféry v některých ubytovacích zařízeních (ve smyslu poskytnutí nejenom služby, ale i něčeho navíc).
- ✚ Ad 1 WO (Mini - Maxi) - Rozvoj vyvážené struktury ubytování a zlepšení architektonického vzhledu zastaralých objektů (jejich modernizace).
- ✚ Ad 7 WT (Mini - Mini) - Zlepšení kvality nabídky adekvátně k ceně produktu.
- ✚ Ad 3 WO (Mini - Maxi) - Informovanost ubytovatelů o nové legislativní normě zahrnující Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky a zavedení klasifikace zařízení dle této normy.
- ✚ Ad 3 ST (Maxi - Mini) - Specializace a diverzifikace nabídky ubytování (specializace zařízení na určitá témata a segmenty, na ekologické a tradiční přístupy, využívání místních tradic,...).

Strategie - stravovací služby.

- ✚ Ad 6 WO (Mini - Maxi) – Specializace a diverzifikace nabídky stravování.
- ✚ Ad 2 WT (Mini - Mini) – Rozvoj stravování odpovídající místní poptávce.
- ✚ Ad 3, 4, 5 WO (Mini - Maxi) – Uplatnění typické regionální kuchyně v gastronomii (s využitím místních / regionálních surovin).

Strategie - dopravní služby.

- ✚ Ad 3 WO (Mini - Maxi) - Usměrnění pohybu návštěvníků v celém regionu především formou atraktivních nabídek.
- ✚ Ad 1 SO (Maxi - Maxi) - Koordinace a podpora integrovaného systému přeshraniční veřejné dopravy.
- ✚ Ad 3 ST (Maxi - Mini) - Propojení informačních systémů.

- ✚ Ad 2 WO (Mini - Maxi) - Podpora ekologických forem hromadné dopravy (zejména s využitím železniční přepravy).

Strategie – doplňkové služby.

- ✚ Ad 1 WO (Mini - Maxi) – Výstavba zařízení pro trávení volného času za nepříznivého počasí ve spolupráci více podnikatelských subjektů (např. kongresový sál; taneční sál; herna – kuželky, bowling, šipky, apod.; sportovní zařízení – posilovna, fitness centrum, apod.).
- ✚ Ad 3 WT (Mini -Mini) – Vyšší integrace a spolupráce informačních středisek v regionu a vytvoření jednotné informační databáze.
- ✚ Ad 5 WO (Mini - Maxi) – Výukové programy pro animátory a průvodce, spolupráce podnikatelských subjektů se školami (učiliště, SŠ, VŠ).
- ✚ Ad 6 WO (Mini - Maxi) - Rozvoj wellness služeb v regionu jako substituce lázeňské služby.

7 Syntéza

7.1 Hlavní východiska a strategické cíle.

Na základě provedené analýzy služeb cestovního ruchu zkoumaného území se nyní mohou stanovit východiska a hlavní strategické cíle pro rozvoj turistické suprastruktury a infrastruktury.

Segmentace návštěvníků Lipenska.

Z již provedených segmentací můžeme stanovit 4 hlavní cílové skupiny návštěvníků Lipenska: aktivní milovníci přírody; sportovci; aktivně orientovaní lidé; rodiny s dětmi; typičtí rekreatanti. [33]

Druhy a formy cestovního ruchu.

Lipensko v současné době umožňuje realizaci těchto druhů a forem cestovního ruchu rekreační cestovní ruch, zjm. aktivní rekreace; sportovně orientovaný cestovní ruch; přírodní cestovní ruch; poznávací cestovní ruch, zjm. přírodně orientovaný cestovní ruch; zdravotní cestovní ruch (wellness pobyty); obchodní, kongresový a incentivní cestovní ruch; krajanský cestovní ruch; pseudo cestovní ruch, zjm. sexuální, benzínový a nákupní cestovní ruch.

Hlavní aktivity.

Mezi hlavní aktivity účastníků cestovního ruchu na Lipensku patří v létě: koupání, vodní turistika, pěší turistika, cykloturistika, jízda na koni, rybaření, houbaření, návštěvy památek, kulturních a společenských akcí a pozorování přírody.

Mezi hlavní aktivity účastníků cestovního ruchu na Lipensku patří v zimě: sjezdové lyžování, běžkaření, zimní turistika, bruslení jízda na koni; návštěvy kulturních a společenských akcí, památek. [33]

Potenciál pro rozvoj služeb cestovního ruchu

Nevyužitým nebo nedostatečně využívaným potenciálem pro optimální rozvoj cestovního ruchu představují tyto služby: služby účastníkům venkovského cestovního ruchu; služby účastníkům náboženského cestovního ruchu, kongresové služby,

společensko – kulturní služby; animační služby; vzdělávací služby; bezpečnostní služby; zdravotní služby a rekreační doprava.

Strategické cíle.

Služby cestovního ruchu jsou významným ekonomickým faktorem rozvoje regionu, jež zvyšuje zaměstnanost v regionu a soukromé i veřejné příjmy, tedy i nové investice v regionu.

Lipensko a provozovatelé služeb cestovního ruchu mají zájem o dlouhodobé pobyty zahraničních návštěvníků.

Ubytovací a stravovací zařízení musí nabízet deklarovaný kvalitativní standard založený na certifikaci a měly by více znázornit v nabídce národní a regionální prvky.

Na všech úrovních je nezbytné preferovat vyváženost mezi cenou a kvalitou nabídky služeb.

Ochrana přírody na území CHKO a NP Šumava neznamena pro zdejší podnikatele restrikce, ale především rozvojové šance založené na odpovídající a cílené nabídce.

Rozvoj služeb na Lipensku je nutné chápat v souvislosti se sousedními regiony, s podporou nových forem cestovního ruchu a vytvořením podmínek pro mimosezónu.

Pro další rozvoj Lipenska je nezbytné odstraňovat bariéry a posilovat kooperaci mezi podnikateli, veřejnou správou a občany.

7.2 Syntéza předpokládaných pracovních hypotéz.

PH1: Rozvoj domácího cestovního ruchu – propagace Lipenska jako bezpečné destinace. /Částečně vyvráceno/

Bohužel současný růst kriminality a zdravotních rizik se nevyhnul ani Lipensku. Z hlediska tuzemců není dnes Lipensko považováno za zcela bezpečnou destinaci. Cizinci vnímají Českou republiku, včetně Lipenska stále za bezpečnou destinaci. Tedy propagace Lipenska jako bezpečné destinace je přínosem pro zahraniční cestovní ruch.

PH2: Spokojenost návštěvníků Lipenska s úrovní služeb cestovního ruchu by mohla být vyšší. /Potvrzeno/

Z výsledků marketingového šetření vyplynulo, že celková spokojenost s poskytovanými službami cestovního ruchu by opravdu mohla být na vyšší úrovni.

PH3: Ubytovací služby jsou oproti ostatním službám cestovního ruchu v regionu Lipensko vnitřní silnou stránkou regionu. /Částečně vyvráceno/

Množství ubytovacích kapacit je opravdu silná stránka regionu. Ovšem ve kvalitě a úrovni poskytovaných ubytovacích služeb jsou v regionu velké rozdíly. Kvantita ubytovacích služeb je silnou stránkou, ale jejich celkovou kvalitu sem už zařadit jednoznačně nemůžeme.

PH4: Stravovací zařízení nejsou cenově dostupná českému návštěvníkovi. /Částečně potvrzeno/

Některá stravovací zařízení se opravdu cenově stávají nepřístupná českému návštěvníkovi ze střední sociální třídy. Důležité je zachování poměru ceny a kvality, spolu s existencí cenově stratifikovanou sítí stravovacích zařízení.

PH5: Zařízení doplňkových služeb na Lipensku nedokáží plně uspokojit specifické potřeby a požadavky poptávky. / Potvrzeno/

Bylo potvrzeno, že ne všechny potřeby, přání a požadavky účastníků cestovního ruchu na Lipensku jsou uspokojovány. Velké rezervy jsou zejména ve službách kulturních zařízeních a nevenkovních aktivit.

PH6: Český rekreační region dokáže „držet krok“ s vývojem služeb cestovního ruchu v zahraničí. /Vyvráceno/

Formy a kvalita služeb cestovního ruchu neodpovídají světovým trendům a nabídce zahraničních poskytovatelů služeb. Rozdíly jsou zejména v personalistice, řízení, jakosti a celkové dostupnosti služby.

PH7: V regionu je nerovnoměrnost a velké kvantitativní i kvalitativní rozdíly ve službách cestovního ruchu. / Potvrzeno/

Byly zaznamenány velké rozdíly ve všech službách cestovního ruchu v celém regionu Lipensko.

PH8: Příliš vysoká koncentrace návštěvníků na jednom místě a rostoucí riziko devastace přírodního potenciálu. / Částečně potvrzeno/

Riziko devastace přírodního potenciálu hrozí při nerespektování zásad ochrany přírody a nepoučení návštěvníků. Je nezbytné, aby služby cestovního ruchu se rozvíjely v souladu s trvale udržitelným rozvojem.

7.3 Marketingová strategie fiktivního zařízení služeb cestovního ruchu.

Pro tvorbu marketingové strategie na základě požadavků poptávkové strany trhu služeb cestovního ruchu v lipenském regionu a na základě SWOT analýzy jsem zvolila modelový podnik s předmětem podnikání „ubytovací služby a pohostinská činnost“.

Východiska pro tvorbu marketingové strategie byla:

- ✚ slabá stránka v oblasti „konkurenční pozice na trhu a v tržním podílu“ - malé odlišení se od konkurence (neúplnost služeb);
- ✚ příležitosti v oblasti „partnership“ - ochota spolupráce s jinými podnikateli v oblasti, v oblasti „programing“ - zvýšení nabídky doplňkových služeb.

Z těchto východisek byla stanovena Mini – Maxi **strategie diferenciacce služby**, tj. zejména poskytování většího rozsahu doplňkových služeb na vyšší úrovni (jednak prostřednictvím outsorsingu, ale i vlastními zdroji).

Pro dosažení stanoveného cíle, jímž je zvýšení tržního podílu byla zvolena marketingová strategie vhodná pro menší podniky, tj. strategie diferenciacce služby (odlišení nabídky služeb) od konkurence. A nabídkou jiných, kvalitnějších a komplexnějších služeb se předpokládá, že bude získáno více zákazníků.

Pro popsání strategie jsem užila **9 P** rozšířeného marketingového mixu užívaného právě pro služby – 1 **Produkt** (resp.slужby), 2 **Place** (resp. distribuce), 3 **Price** (resp. cenová politika), 4 **Propagace** (resp. komunikační mix), 5 **People**, 6 **Public opinion**, 7 **Partnership**, 8 **Programing**, 9 **Packaging**.

Produkt, resp. služby.

Marketingové aktivity by se měly zaměřit na zlepšení kvalitativního standardu služeb a celkové atmosféry v ubytovacím zařízení. Předpokládat by se mělo větší propojení dvou základních poskytovaných služeb - ubytovací a stravovací (snídaně v ceně, možnost plné penze nebo polopenze), přičemž u restaurace je eventualita vybudování baru a venkovní části. V pohostinské činnosti bude dobré do budoucna počítat s využitím domácích produktů a se zavedením nabídky typicky šumavských pokrmů, jež v okolí nenabízí žádná restaurace.

Doplňkové služby se mohou rozšířit o půjčovnu sportovních potřeb (kola, kolečkové brusle, hole pro nordic walking, atd.), službu praní a žehlení prádla, úschovnu cenných věcí v trezoru, provoz venkovního sportoviště a dětského hřiště, tábořiště, službu přístupu

na Internet. Konkurenční výhodou by měly být i hlídané parkoviště, bezbariérový přístup a povolení vstupu pro psy, pořádání společensko – kulturních akcí. Zákazníka zde bude lákat uspokojení všech svých potřeb tzv. „pod jednou střeou.“ Tento návrh je graficky zpracován jako příloha č. 4 - Návrh rozšíření poskytovaných služeb.

Stávající ubytovací zařízení je třeba zapojit do oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení. Klasifikace není obecně závazným právním předpisem, má jen doporučující charakter. Dodržování zásad kategorizace garantuje odpovídající kvalitu a úroveň služeb, což je důležité i pro ochranu spotřebitele a orientaci cestovních kancelářů a agentur.

Distribuce.

Vlastní prodej může probíhat buď přímo (recepce, restaurace) nebo nepřímo přes vybrané cestovní kanceláře, popř. cestovní agentury a informační centra. Nezbytností se tedy v oblasti distribuce stane intenzivnější spolupráce ubytovatelů s cestovními agenturami a cestovními kancelářemi. Tito prostředníci budou mít podíl na výnosu z jimi ubytované osoby 10 až 15 % a před zahájením spolupráce proběhnou oboustranná školení (informace o penzionu, platebních podmínkách, apod.), poskytnutí propagačních materiálů a následné umístění penzionu do elektronických i tištěných katalogů cestovních kancelářů a agentur.

Komunikace by měla probíhat tedy osobně, po Internetu, telefonicky a písemně. Schéma komunikace mezi jednotlivými subjekty je uvedeno jako příloha č. 3 - Schéma distribuce plánované služby. Velkým usnadněním komunikace je i spuštění rezervačního systému, který se slučuje s rezervačními systémy ostatních článků v dodavatelském řetězci.

Větší konkurenti rovněž využívají distribuci pomocí zahraničních cestovních kancelářů a agentur.

Cenová politika.

Musí se ovšem počítat i s tím, že konkurence se bude do budoucna zvyšovat. Pokud podnik dokáže udržet i přiměřenou cenu za stravování, je to možný způsob získání zákazníka, protože cena za stravovací službu je v regionu neúměrně vysoká snad ve všech stravovacích zařízeních, a ty se pak stávají zejména pro českého hosta nedostupná. Plánovat by se proto mělo alespoň částečné snížení šlehačkových cen u produktů stravovacího zařízení a pro hosty penzionu poskytovat výhodnější cenu za stravovací

službu než pro „neubytované“ zákazníky. Cena za stravování by byla i tak zisková a ještě k tomu vysoce konkurenční.

Pro ubytovací službu navrhuji poskytování cenově zvýhodněných nabídek (např. rodina / skupina, délka pobytu, opakovaná návštěva, atd.). Některé doplňkové služby zpoplatnit jiné již mít v ceně za ubytování, což je zcela v souladu se zvolenou strategií.

Rovněž se počítá s diferenciací cen za ubytování v průběhu roku, tedy levněji v minisezónách. Tato diferenciace je uvedena v příloze č. 5 - Pokoje a plánovaná cena za ubytování. Takto rozlišená cena by měla garantovat větší obsazenost a zisk penzionu. Vyšší ceny odpovídá nákupním zvyklostem vygenerovaných segmentů.

Vlastní přímý prodej by se měl realizovat v hotovosti nebo prostřednictvím platebních karet po poskytnutí služeb. S distributory se bude uplatňovat zpětná měsíční fakturace a záloha nebude předem vyžadována.

Marketingové aktivity - komunikační mix.

Zde navrhuji především zlepšení propagace, a to výtiskem nových přehledných vizuálně poutavých letáků (nabídka nových doplňkových služeb), obdarování již ubytovaných hostů menšími dárky (bonbóny, hrnky, zápalky, mapky s logy penzionu), umístění informační tabulí k silnicím v regionu. Konkrétní podoba ovšem musí být specializována na nejdůležitější zákaznické segmenty (např. barevné letáky pro děti, reklamní předměty pro děti, mladé, seniory, apod.).

Podstatné je rovněž navázání spolupráce s cestovními kanceláři a cestovními agenturami na workshopech, výstavách a veletrzích cestovního ruchu.

Další významnou podporou prodeje bude zpuštění vlastní Internetové stránky a emailové adresy. Alternativou zde bude zařazení reklamy do regionální TV, rozhlasu, tisku, jež se ukázali jako nejvhodnější, ale bohužel i hodně nákladné, komunikační prostředky.

Tyto marketingové aktivity budou tvořit převážnou část očekávaných marketingových nákladů (nejvíce bude stát reklama, informační tabule a provoz Internetu) .

People.

V této oblasti musí dojít ke zvýšení kvalifikaci zaměstnanců (zejména jazykové vzdělání), upoutat ještě vyšším osobním přístupem na profesionální úrovni. Počítat by se mělo se školeními a seznámením s prací ve zaváděných doprovodných službách.

Public opinion.

Doporučuje se i nadále prezentovat se jako subjekty v bezpečné domácí destinaci, kde nehrozí zdravotní riziko ani terorismus.

Podnikatel by se měl snažit, aby hosté dál předávali dobrá doporučení a recenze o penzionu svým přátelům a známým.

Partnership - kooperace.

V této oblasti je nutné vycházet ze spolupráce s ostatními podnikatelskými subjekty, zejména pro zabezpečení poskytování doplňkových služeb outsorsingem (zejména kulturní a sportovní programy nebo společenské akce) a pro již výše zmiňovanou distribuci (cestovní kanceláře, cestovní agentury, informační centra).

V regionu by se měly vytvořit vertikální kooperace, díky nimž dochází k vytváření úspor z dosahu. Jedna společná prádelna, kuchyně, kulturní zařízení, sportoviště nebo jiná služba by mohla zajišťovat danou službu pro několik ubytovatelů. Nezbytností se v budoucnu stane spolupráce na třech úrovních: 1. cestovní kanceláře a agentury a informační střediska, 2. ubytovací a stravovací zařízení, 3. rekreační doprava a doplňkové služby.

Pro rozvoj takovéto spolupráce a cestovního ruchu samotného je nutné posílit i partnerství uvnitř regionu mezi veřejnou správou – podnikateli – občany.

Programing.

K odlišení se od konkurence musí dojít ke zvýšení nabídky doplňkových služeb, a zavedení programů jako doplňkové služby - vlastní, ale zejména i outsorsingované – např. ve spolupráci s cestovní agenturou LIPNO SERVIS, s.r.o.

Nabídka by měla být nejen pro hosty penzionu, ale na recepci ubytovatele budou nabízeny programy všem návštěvníkům Lipenska.

Cíle těchto denních programech pro jednotlivce a skupiny mohou směřovat do Prahy, Českého Krumlova, Českých Budějovic, na hrad Rožmberk, exkurze vodní elektrárny Lipno nad Vltavou nebo jaderné elektrárny Temelín, do kláštera ve Vyšším Brodě, na Medvědí stezku, na Vítkův Hrádek. Dalšími možnostmi je forma agroturistiky (vyjíždky na koních), sportovní aktivity (nordic walking, lezení, cykloturistika, turistika, střílení, potápění, rafting, hydrospeed, kanoe, kajaky), společensko zábavné aktivity (grilování, „budvar shopping“). Pro nabídku produktu cestovního ruchu byly sestaveny kulturní, sportovní a poznávací programy (pro jednotlivce i firmy) zaměřené na různá území

v rámci jižních Čech, ale i celé republiky. Tento produkt byl převzat a upraven dle nabídky firmy LIPNO SERVIS, s.r.o. Nabídka je uvedena v příloze č. 6 – Návrh nabídky plánovaných program.

Akční doplňkové programy by měly hostům penzionu zajistit uspokojení potřeby uznání, sebeuznání a seberealizace, poznávání a porozumění, estetických prožitků.

Packaging.

Některé doplňkové služby budou v ceně za ubytování nebo za symbolické ceny (např. úschova věcí v trezoru, hlídané parkoviště, hlídání dětí, praní prádla, přístup na Internet). Naopak zpoplatněné budou akční programy. Ubytování hosté budou mít nakonec platbu jedné souhrnné ceny za ubytování, stravování a doplňkové služby.

7.4 Návrhy a opatření forem služeb cestovního ruchu.

Na základě výsledků provedených analýz a výzkumu byla provedena následující formulace možných alternativ strategií pro trh služeb cestovního ruchu.

Služby účastníkům venkovského cestovního ruchu.

Pro poskytování služeb venkovského cestovního ruchu je možné využít zemědělskou farmu či statek, případně vhodně přebudovat nevyužitý nebo opuštěný objekt na agrofarmu. Zdrojem financí pro agrofarmu by byla zemědělská výroba a agroturistika. Zájemcům bude poskytován pobyt a strava s možností účastnit se prací souvisejících se zemědělskou výrobou a chovem zvířat. Komorní, téměř rodinné zázemí farmy bude nabízet decentralizované ubytování s omezenou ubytovací kapacitou (např. rodinný dům, chata, chalupa, srub). V nabídce stravování se objeví produkty vlastní výroby (mléčné výrobky, ovoce a zelenina, zabijačkové speciality, víno a slivovice vlastní výroby). Případný další odbyt těchto výrobků by zajišťovala stravovací zařízení v regionu. V prostoru agrofarmy bude také možnost grilování, rožnění a přípravy pokrmů na ohništi. Hosté se budou moci zapojit do zemědělských prací (senoseč, žně, pasení hospodářských zvířat, úklid stájí a chlévů). Podle místních podmínek, vyplývajících z konkrétního umístění farmy, budou v nabídce doprovodných programů, např. projížďky na koních, lov zvěře a rybaření, tradiční řemesla, turistika, vyjížďky na kole, návštěvy blízkých památek a objektů. V rámci možností budou také zapojeny místní pamětihodnosti, atraktivní přírodní lokality, místní tradice a slavnosti, poutě, posvícení. Agrofarma by nabídla možnost pracovního uplatnění několika místním obyvatelům. Agrofarma podstoupí dobrovolně certifikaci, která jí přinese řadu výhod.

Doba: celoroční provoz (letní, zimní sezóna; jarní a podzimní mimo sezóna).

Segment: rodiny s dětmi, lidé z větších měst.

Realizace: rekonstrukce a modernizace současných objektů.

Kooperace: zprostředkovatel, provozovatel agrofarmy, místní obyvatelé, (popř. Svaz podnikatelů ve venkovské turistice a agroturistice ČR, EUROGITÉS, ECEAT CZ).

Financování: prostředky soukromých investorů, místní a veřejné zdroje, strukturální fondy EU – ERDF, LEADER.

Promotion: tisk, rozhlas, infocentra, propagační materiály, Internet.

Služby účastníkům náboženského cestovního ruchu.

V regionu se nachází velké množství církevních památek – kostely, kapličky, boží muka, křížové cesty a klášter ve Vyšším Brodě. Zároveň jsou tyto objekty spojené s pověstmi, legendami, pohádkami, tajemstvími a bájnými i skutečnými osobnostmi. V souvislosti s propagací Lipenska jsou tyto objekty často neprávem opomíjeny. A jsou to právě ony, jež by do regionu mohly přilákat dosud málo frekventovaný segment aktivních seniorů, věřících, ale i znalců náboženství z celého světa. Organizátorem těchto služeb by mohla být regionální cestovní kancelář, jež bude velmi úzce spolupracovat s vlastníky církevních objektů, tedy s církví nebo veřejnou správou. Podmínkou by bylo účastníkům zajistit informační služby před vlastními prohlídkami nebo průvodcovské služby při organizovaných prohlídkách na požadované úrovni (jazyk, dokonalá znalost historie, příjemné vystupování). Jelikož spousta náboženských objektů se nachází na vzdálenějších místech bude nutné trasy přizpůsobit možnostem účastníků umístěním většího množství laviček, odpočívadel, odpadních košů, informačních tabulí a současně vhodně kombinovat pěší turistiku s dopravou minibusem.

Doba: letní sezóna; jarní a podzimní mimosezóna.

Segment: věřící cizinci i tuzemci, aktivní senioři.

Realizace: orientace současné cestovní kanceláře, popř. cestovní agentury na tento druh cestovního ruchu; využití současných ubytovatelů a stravovacích zařízení s přizpůsobením se potřebám tohoto specifického segmentu.

Kooperace: organizátor, veřejná správa, církevní subjekty, průvodcovské služby, ubytovací a stravovací služby, (popř. zprostředkovatel).

Financování: místní a veřejné zdroje, sbírky.

Promotion: tisk pro věřící, rozhlas, Internet, pozitivní reference přátel známých a příbuzných, viral marketing šířený prostřednictvím farností, informační materiály v kostelech, v ordinacích lékařů, lázních, apod., církevní objekty vyznačit v mapách a průvodcích.

Kongresové služby.

Poskytování kongresových služeb ve větším měřítku se zatím na Lipensku příliš nerealizuje. Některá ubytovací zařízení nabízejí menší salonky a konferenční prostory, ale jejich kapacita je nedostačující. Důvodem je neexistence specifického zařízení s nutným materiálním a technickým vybavením. Lipensko nabízí ale řadu aktivit, jež mohou účastníci provozovat před zahájením vlastní kongresové akce a programu a po jejich

skončení jako doprovodné programy. Proto výstavba moderního kongresového zařízení představuje odkrytí velké tržní příležitosti a získání velmi lukrativního nového segmentu. Nové kongresové zařízení by mělo obsahovat velký sál pro přednášky, konference, semináře a školení s požadovaným vybavením a více menších salonků pro menší akce. Ubytování, stravování a bohatý doprovodný program lze řešit efektivní organizací s využitím současných služeb cestovního ruchu. Provoz kongresového zařízení přinese několik pracovních příležitostí pro místní obyvatele během celého roku.

Doba: celoroční provoz (letní, zimní sezóna; jarní a podzimní mimo sezóna).

Segment: firmy, podniky, společnosti, kluby, profesní sdružení, pracovní skupiny, teambuildingové agentury.

Realizace: výstavba nového kongresového zařízení.

Kooperace: provozovatel kongresového zařízení, ubytovací služby, stravovací služby, (popř. organizátor, zprostředkovatel, informační služby).

Financování: prostředky soukromých investorů, strukturální fondy EU – ERDF, ESF.

Promotion: regionální TV, letáky a informační materiály zasílané přímo na personální oddělení vytipovaných firem písemně i elektronicky (přímý marketing), Internet.

Společensko – kulturní služby.

Účastníci cestovního ruchu využívají nabídky denních aktivit na Lipensku, ale večer postrádají zařízení, kde by se mohli bavit, tancovat či kulturně obohacovat. Zajištěním splnění těchto požadavků by bylo poskytování některými stravovacími zařízeními společensko – zábavných služeb, spojené hudební produkcí a kulturním programem (např. tanec, soutěže, maškarní, country večery, koncerty). Další možností by byly rekonstrukce a modernizace stávajících objektů v menší divadlo, kino, tančírnu nebo diskotéku. Jako velmi atraktivní se ukázalo i spojení přírodní scenérie a kultury, proto by bylo možné zahájit i provoz letního kina nebo divadla s využitím zdejších objektů nebo jezera. Rovněž by bylo potřeba zesílit propagaci Hořických pašijových her a místních slavností a společenských kulturních akcí.

Doba: kryté objekty - celoroční provoz (letní, zimní sezóna; jarní a podzimní mimo sezóna); otevřené objekty – letní provoz.

Segment: mladí lidé, páry, místní obyvatelé, milovníci zábavy, kultury a společenského vyžití.

Realizace: rekonstrukce a modernizace současných kulturních zařízení, specifikace současných stravovacích zařízení.

Kooperace: veřejná správa, občané, kulturní zařízení, stravovací zařízení, (popř. další služby cestovního ruchu).

Financování: prostředky soukromých investorů, strukturální fondy EU – ERDF, místní a veřejné zdroje.

Promotion: Internet, informační centra, pozitivní reference, známé osobnosti.

Animační služby.

Animační služby začala na Lipensku poskytovat firma Lipno Servis, s.r.o. jako nabídku sportovních a kulturních programů pro jednotlivce i skupiny. Organizace animačních programů se může rozšířit a orientovat i na další kreativní činnosti, pro něž má Lipensko potenciál (např. rybaření, houbaření, lovecký turismus a myslivost, vyhlídkové lety nad jezerem balónem či osobním letadlem, adrenalinové aktivity). Z organizačního hlediska by šlo o zabezpečení vhodným animačním programem, personálně zejména animátory, materiálně – technicky vhodnými pomůckami.

Doba: letní sezóna; jarní a podzimní minisezóna.

Segment: účastníci cestovního ruchu se speciálními potřebami po interakci s okolím, po komunikaci, po zintenzivnění zážitku a po aktivní účasti na dovolené; teambuildingové skupiny.

Realizace: organizace cestovní kanceláří nebo cestovní agenturou.

Kooperace: organizátor, zprostředkovatel, ubytovací a stravovací zařízení, dodavatelské firmy z oblasti rybářství, mykologie, myslivosti, vyhlídkových letů,...).

Financování: soukromé zdroje.

Promotion: Internet, letáky v ubytovacích a stravovacích zařízeních, pozitivní reference, propagační materiály, informační centra, recepce ubytovacích zařízeních.

Vzdělávací služby.

V lipenském regionu jsou vzdělávací služby na velmi nízké úrovni. Naproti tomu se v regionu nachází vynikající podmínky pro vzdělávání a školení zejména z oblasti přírodopisu, zeměpisu a historie, jsou jimi velké množství naučných stezek, NP a CHKO Šumava, Lipenské jezero, technické a církevní památky. Dobrou organizací by šlo o zajištění škol v přírodě, školních výletů a vzdělávacích pobytů nebo doprovodný program lyžařských kurzů. Pro realizaci by bylo možné využít výše navrhovaného kongresového zařízení nebo zrekonstruovaných prostor zdejších škol.

Doba: celoroční provoz (letní, zimní sezóna; jarní a podzimní mimo sezóna).

Segment: základní a střední školy (děti, mládež), teambuildingové skupiny.

Realizace: organizace cestovní kanceláří nebo cestovní agenturou.

Kooperace: organizátor, zprostředkovatel, ubytovací a stravovací zařízení, školská zařízení, průvodcovské služby, kongresové služby.

Financování: strukturální fondy EU - ESF, veřejné zdroje.

Promotion: Internet, letáky a informační materiály zasílané přímo školským zařízením a výtípaným firmám písemně i elektronicky.

Bezpečnostní služby.

Pro zlepšení bezpečnosti v lipenském regionu a ochrany zdraví, života a majetku účastníků cestovního ruchu se v poslední době činnost horké služby a policie ČR ukazují jako nedostačující. Podnikatelé si finančně ani organizačně nemohou zajistit vlastní hlídací službu, proto by mohli externě najímat nově vzniklý subjekt bezpečnostní služby. Pro minimalizaci bezpečnostních rizik by bylo možné využít i častějších návštěv dobrovolných strážců a pracovníků NP a CHKO Šumava.

Doba: celoroční provoz (letní, zimní sezóna; jarní a podzimní mimo sezóna).

Segment: podnikatelé cestovního ruchu v regionu.

Realizace: vznik regionální bezpečnostní agentury.

Kooperace: bezpečnostní agentura, policie ČR, horská služba, podnikatelé, občané.

Financování: strukturální fondy EU – ERDF, prostředky soukromého investora.

Promotion: Internet, přímé oslovení výtípaných podnikatelů v cestovním ruchu (přímý marketing).

Wellnes a komunální služby.

Jelikož se v regionu nenacházejí lázeňské služby, bylo by dobré zaměřit se více na poskytování wellness služeb. Některá ubytovací zařízení již nabízejí solárium, masáže, saunu a krytý bazén či perličkové koupele. Tuto nabídku by bylo možné rozšířit o středisko wellness služeb nabízející posilovací centrum, manikúru, pedikúru, kosmetiku, zábaly, vířivou vanu, infrasaunu a péči kožního odborníka dle aktuální poptávky účastníků cestovního ruchu. Zároveň by bylo dobré propagovat toto středisko jako odpočinek, získání odolnosti vůči stresu a možnost léčebných pobytů trávených na čerstvém šumavském vzduchu.

Doba: celoroční provoz (letní, zimní sezóna; jarní a podzimní mimo sezóna).

Segment: muži a ženy toužící po lepším vzhledu, teambuildingové skupiny, senioři.

Realizace: výstavba nového wellness zařízení.

Kooperace: wellness zařízení, kongresové zařízení, ubytovací a stravovací zařízení, organizátor, zprostředkovatel.

Financování: strukturální fondy EU – ERDF, prostředky soukromého investora.

Promotion: Internet, tisk, rozhlas, infocentra, propagační materiály, kladné reference, přímý marketing.

7.5 Volba strategie a formulace věcného harmonogramu.

Všechny výše uvedené strategie, doporučení a návrhy můžeme nazvat jako „*Strategie budoucích vývojových tendencí*“. Jednotlivé kroky strategie jsou shrnuty do následujícího věcného harmonogramu.

A. Vytvoření organizace destinačního managementu.

Pro tvorbu vhodného řetězce služeb, získání kontroly nad jednotlivými službami, ovlivňování poměru cena / kvalita je nutné vytvořit společnost destinačního managementu. Došlo by tak ke spojení relativně samostatných poskytovatelů služeb do jednoho celku, který by organizoval a koordinoval kooperaci v mikroregionu Lipensko. V současné době zejména při informačních střediscích fungují turistické organizace, které se zatím ale soustředí pouze na prezentaci regionu. Tato organizace by mohla být vytvořena transformací Sdružení lipenských obcí nebo jedné z turistických organizací, popř. je možné vytvoření „na zelené louce“. Financování organizace by probíhalo z veřejných zdrojů, z příspěvků členů, z donorských zdrojů a ze zdrojů z vlastní činnosti. Počáteční finanční potřeba pro vytvoření organizace byla odhadnuta na 0,5 až 1 mil. CZK.

B. Vytvoření příjemného a pohodlného prostředí pro domorodce a návštěvníky z blízkého okolí.

Akceptace názorů, potřeb místních obyvatel je nezbytnou podmínkou pro další rozvoj služeb cestovního ruchu v mikroregionu Lipensko. Zapojení občanů do konkrétních akcí a přispění občanů svými aktivitami a názory nesmí být podceněno. Klíčovou oblastí pro zlepšování je zde dopravní politika, stravovací, ubytovací a kulturní zařízení.

C. Zavádění nejatraktivnějších doplňkových služeb – kratší časový horizont (do 5 let).

Jako nejatraktivnější nebo finančně méně náročnější byly vytipovány: strategie pro služby účastníkům venkovského cestovního ruchu, animační služby, služby účastníkům náboženského cestovního ruchu a vzdělávací služby.

D. Rozšiřování a inovace nabídky služeb cestovního ruchu – delší časový horizont (nad 5 let).

8 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo analyzovat služby cestovního ruchu a možnosti partnerství při plánování jejich rozvoje v části turistického regionu Šumava – na Lipensku. Zároveň byla práce zaměřena na návrh strategií a doporučení pro optimální formy služeb cestovního ruchu pro letní i zimní sezónu na regionální úrovni.

V práci je nejdříve uvedena teoretická část, která představuje obecný základ k řešenému tématu. Následně je představena situační analýza zkoumané oblasti a na ní navazující analýza trhu cestovního ruchu, jež zkoumala nabídku a poptávku trhu služeb cestovního ruchu. Poptávka po službách cestovního ruchu a potřeby a přání návštěvníků byly zjišťovány pomocí marketingového výzkumu - dotazníkového šetření. Na základě výsledků těchto metod byla provedena SWOT analýza cestovního ruchu a základních i doplňkových služeb cestovního ruchu, dle které byly odvozeny strategie pro trh služeb cestovního ruchu. Po vytvoření všech těchto bodů mohlo být přistoupeno k vypracování vlastních návrhů, které by mohly situaci cestovního ruchu v této oblasti zlepšit, zvýšit jak úroveň poskytovaných služeb, tak i spokojenost účastníků cestovního ruchu.

Lipensko je třeba vnímat v širších souvislostech turistického regionu Šumava a také v rámci již probíhající spolupráce se sousedním Rakouskem a Bavorskem. Lokalita Lipenska však právě díky historickému vývoji patří k velmi podinvestovaným regionům, tzv. region „na konci světa“, kterým celé české pohraničí ještě donedávna bylo, postrádá i po 15 letech základní technickou a dopravní infrastrukturu alespoň na úrovni, která by odpovídala potřebám místních obyvatel, natož pak infrastrukturu, která je ve vyspělých turistických regionech považována za samozřejmost. 90 % ekonomiky plynoucí z cestovního ruchu se v regionu odehraje v období tří letních měsíců od června do srpna. Takto sezónně limitované příjmy znamenají pro podnikatele ve službách cestovního ruchu sice dostatečný zdroj na „udržení podniku“, ale jsou však naprosto nedostačující na další rozvoj, případně zvyšování kvality poskytovaných služeb.

Hlavním nedostatkem je, že turistický ruch je intenzivněji rozvinut pouze na levém břehu Lipenského jezera. Čtyřicetiletá existence „železné opony“ je příčinou špatné struktury, kvality a nedostatku turistické infrastruktury. Využití velkého potenciálu přírodního bohatství je možné jen s vysoce kvalitní infrastrukturou cestovního ruchu, a to jak v podobě sítě ubytovacích, stravovacích kapacit a navazujících doplňkových služeb, tak především v podobě infrastruktury pro realizaci volnočasových aktivit cestovního

ruchu, pokud možno v průběhu celého roku. A pouze hledání a nalezení vyváženého, harmonického vztahu přírody a jejích obyvatel a návštěvníků NP a CHKO Šumavy a Lipenska, vede k trvale udržitelnému rozvoji zkoumaného území.

Marketingová strategie v kapitole syntéza se soustředila především na zlepšení současných poskytovaných služeb zejména v ubytovacích a stravovacích zařízeních. Dále byly navrženy doporučení a možnosti nových forem služeb cestovního ruchu, jež na Lipensku chybí nebo jsou méně rozvinuté nebo o ně projeví účastníci cestovního ruchu zájem. Tyto ideové návrhy představují rozvoj služeb účastníkům venkovského cestovního ruchu, účastníkům náboženského cestovního ruchu, kongresových služeb, společensko-kulturních služeb, animačních služeb, vzdělávacích služeb, bezpečnostních služeb, wellness a komunálních služeb. Tento výčet je souhrnem všech možných opatření, ale zároveň se předpokládá, že pro realizaci by byl zvolen pouze jeden nebo dva vzájemně se doplňující návrhy v optimálním rozsahu dle finančních, personálních a organizačních možností konkrétního podnikatelského subjektu.

9 Summary

The theme of this diploma work is „A policy market of the travel movementservices at the regional level“. The selected region, which I choose, is region „Lipensko“ - the part of Šumava. The work is separate to five main chapters. The first theoretical part explains primary questions of tourism. In next chapter I direct to first inform with this region. Follows a part, in which I describe this region from tourism point of view. I deal with present requirements for tourism in this region. I analyse the duality and reach of tourism services, mainly accommodation services, commissaryman services, transport services and additional services. I executed questionnaire inquiry for intent this chapter. There is developed analysis SWOT too. In the end of this chapter I plane solutions, which could get better situation for tourism services and so hold standard on relatively high attendance this region. Marketing policy in chapter synthesis concentrate on the improvement services especially in the housing and commissaryman arrangements. Further were suggested recommendation and possibilities of the new forms tourism services. This ideological suggestions constitute expansion of services of provincial travel movement, services of religious travel movement, congressional services, sociality – cultural services, animation services, educational services, security services, wellnes and communal services.

10 Seznam použité literatury

Knižní publikace

- [1] Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.
- [2] Čertík, M. a kol. (2001). *Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.
- [3] Drobná, D., Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna.
- [4] Heskett, J. L. a kol. (1993). *Služby – cesta k úspěchu*. Praha: Victoria Publishing.
- [5] Hesková, M. a kol. (2003). *Marketing*. České Budějovice: JČU.
- [6] Hesková, M. a kol. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- [7] Hesková, M. (1997). *Cestovní ruch*. Jindřichův Hradec: Fakulta managementu JČU.
- [8] Horáková, H., Boučková, J. a kol. (1999). *Základy marketingu*. Praha: VŠE.
- [9] Horáková, H. (1997). *Strategický marketing*. Praha: VŠE.
- [10] Horner, S., Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.
- [11] Hrala, V. (2002). *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.
- [12] Indrová, J. a kol. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: VŠE.
- [13] Indrová, J. (1996). *Hotelový management*. Praha: VŠE.
- [14] Janečková, L., Vašítková, M. (2000). *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.
- [15] Kotler, P. (2003). *Marketing management*. Praha: Grada Publishing.
- [16] Kopačka, L., Šíp, J., Štěpánek, V. (2001). *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Karolinum.
- [17] Malá, V. a kol. (2002). *Základy cestovního ruchu*. Praha: VŠE.
- [18] Morrison, A. M. (1995). *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing.
- [19] Novacká, Ľ. a kol. (2004). *Technika v cestovním ruchu*. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislavě, Obchodní fakulta, Ekonóm.
- [20] Oriška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.
- [21] Pásková, M., Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj.
- [22] Payne, A. (1996). *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.

- [23] Škodová, Parmová, D. (2003). *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: JČU.

Dokumenty, časopisy, regionální a jiné zdroje

- [24] Agentura TNS Faktum. (2003). *Marketingová studie – Analýza profilu návštěvníka a segmentace trhu CR*.
- [25] Atlas výletních cílů. (2004). *Česká republika*. Praha: Kartografie Praha, a.s.
- [26] Cykloturistická mapa. (2005). *Šumava – Lipensko – Český Krumlov*. České Budějovice: MCU vydavatelství Unios.
- [27] ČSN EN 13809:2003 (2004). *Služby cestovního ruchu – cestovní agentury a cestovní kanceláře – terminologie*.
- [28] Edice průvodce po České republice. (2003). *Jihočeský kraj*. Praha: Kartografie Praha, a.s.
- [29] Edice regionálních průvodců. (2003). *Šumava – Lipensko, Prachaticko, turistický průvodce*. Praha: Kartografie Praha, a.s.
- [30] Landal Marina Lipno. (2005). *Propagační materiály*.
- [31] LIPNO SERVIS, s.r.o. (2005). *Propagační materiály*.
- [32] Plán péče Národního parku Šumava na období 2001 – 2010. (2001).
- [33] Pracovní společenství poradenských firem. (2001). *Cestovní ruch na Šumavě, Koncept rozvoje cestovního ruchu, Akční program*. Český Krumlov: GAFA studio.
- [34] Regionální průvodce. (1992). *Šumava – Trojmezí, Lipno, Bavorský les – jih*. Plzeň: Nakladatelství Kletř.
- [35] Strategie rozvoje Lipenska (2004 - 2005).

Elektronické dokumenty

- [36] Asociace hotelů a restaurací ČR o. s., UNIHOST, MMR ČR, ČCCR. (2006). *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky* [online]. Poslední revize 02.07.2006 [cit.2007-15-10]. Dostupné z: http://www.cot.cz/data/cesky/03_09/Priloha_
- [37] ČSÚ. (2008). *Hromadná ubytovací zařízení ČR, okresy, obce* [online]. [cit.2008-08-03]. Dostupné z : <http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/okresy/CZ0312>

- [38] ČCCR. (2008). *Okres (region NUTS 4). Turistická oblast*. [online]. [cit.2006-15-03].
Dostupné z www:
<<http://www.cccr.cz/encyklopedie/obsah.phtml>>
- [39] Fakulta informatiky a managementu Univerzita Hradec Králové. (2008). *Udržitelný cestovní ruch* [online]. [cit.2008-20-02]. Dostupné z www:
<<http://ucr.uhk.cz/>>
- [40] Informační server ŠumavaNet.CZ. (2008). *Lipno – šumavské moře* [online]. [cit.2008-10-03]. Dostupné z www:
<<http://www.lipno.sumavanet.cz/lipno/>>
- [41] Lipno Servis, s.r.o. (2007). *Ubytování. Infocentrum. Aquaworld. Autocamp. Programy. Skiareál. Yacht* [online]. [cit.2007-31-01]. Dostupné z:
<<http://www.lipno.info>>
- [42] Landal Marina Lipno. (2006). *Informace Landalu* [online]. [cit.2006-15-01].
Dostupné z:
<<http://www.landal.cz/informacelandalu>>
- [43] Mag consulting. (2002). *Cestovní ruch – ekonomický fenomén*. [online]. Poslední revize 2.10.2002. [cit.2008-20-02]. Dostupné z:
<<http://www.cot.cz/index.php?page=100&jazyk=1&kat=49&from=270>>
- [44] Město Frymburk. (2008). *Městys Frymburk* [online]. [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.frymburk.info/>>
- [45] Město Horní Planá (2008). *Město Horní Planá* [online]. [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.horniplana.cz/>>
- [46] Město Vyšší Brod (2008). *Vyšší Brod – oficiální stránky města* [online]. [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.vyssibrod.cz/>>
- [47] Ministerstvo vnitra (2008). *Portál veřejné správy ČR* [online]. [cit.2008-10-03].
Dostupné z:
<http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/696?kam=okres&kod=0312>
- [48] Obec Černá v Pošumaví. (2008). *Černá v Pošumaví* [online]. Poslední revize 15.02.2008 [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.cernavposumavi.cz/>>
- [49] Obec Hořice na Šumavě (2008). *Hořice na Šumavě* [online]. [cit.2008-29-02].
Dostupné z:

- <<http://www.horicensumave.cz/main.php>>
- [50] Obec Loučovice (2008). *Vítáme Vás na stránkách obce Loučovice* [online]. [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.loucovice.info/>>
- [51] Obec Nová Pec (2008). *Obec Nová Pec Vás vítá* [online]. [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.novapec.info/>>
- [52] Obec Přední Výtoň (2008). *Přední Výtoň* [online]. [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.prednivyton.cz/>>
- [53] Redakční systém phpRS (GNU Licence) (2008). *Obce. Příroda a výlety.* [online]. [cit.2008-29-02]. Dostupné z:
<<http://www.lipno-online.cz/>>
- [54] Sdružení oficiálního informačního systému Český Krumlov. (2000). *Region: Současnost* [online]. [cit.2008-01-02]. Dostupné z:
<http://www.ckrumlov.cz/cz1250/region/lipensko/i_slo.htm>
- [55] Spolek pro popularizaci jižních Čech. (2008). *Jižní Čechy a Šumava* [online]. [cit.2008-10-03]. Dostupné z:
<<http://www.jiznicechy.org/cz/>>
- [56] Svazek lipenských obcí. (2008). *Lipensko* [online]. [cit.2008-01-02]. Dostupné z:
<<http://www.lipensko.cz/>>

11 Seznam tabulek, grafů a obrázků

Tabulky

- Tab. č. 1 - Výchozí situace – limity života a rozvoje. (s. 27)
- Tab. č. 2 - Přehled ubytovacích zařízení na Lipensku. (s. 42)
- Tab. č. 3 - Délka pobytu. (s. 54)
- Tab. č. 4 - Spokojenost hosta s ubytováním. (s. 55)
- Tab. č. 5 - Způsob stravování. (s. 56)
- Tab. č. 6 - Spokojenost s úrovní stravovacích služeb. (s. 57)
- Tab. č. 7 - Druh dopravy. (s. 58)
- Tab. č. 8 - Spokojenost s dopravní službou. (s. 59)
- Tab. č. 9 - Spokojenost s doplňkovými službami. (s. 60)
- Tab. č. 10 - Atraktivita doplňkových služeb. (s. 61)
- Tab. č. 11 - Pohlaví respondentů. (s. 62)
- Tab. č. 12 - Věk respondentů. (s. 62)
- Tab. č. 13 - Státní příslušnosti respondentů. (s. 63)
- Tab. č. 14 - Velikost rodiny / skupiny. (s. 64)
- Tab. č. 15 - Charakter rodiny / skupiny. (s. 65)
- Tab. č. 16 - Velikost míst trvalého bydliště. (s. 65)
- Tab. č. 17 - Vzdálenost míst trvalého bydliště od Lipenska. (s. 66)
- Tab. č. 18 - Hodnocení faktorů SW analýzy z hlediska závažnosti. (s. 73)
- Tab. č. 19 - Výsledná SWOT analýza cestovního ruchu. (s. 77)
- Tab. č. 20 - SWOT analýza ubytovacích služeb. (s. 78)
- Tab. č. 21 - SWOT analýza stravovacích služeb. (s. 79)
- Tab. č. 22 - SWOT analýza dopravních služeb. (s. 80)
- Tab. č. 23 - SWOT analýza doplňkových služeb. (s. 81)

Grafy

- Graf č.1 - Vývoj nezaměstnanosti v okrese Č. Krumlov a Prachatice v letech 1991 – 2004. (s. 25)

- Graf č. 2 - Přehled obsazenosti ubytovacích zařízení v průběhu roku. (s. 41)
- Graf č. 3 - Délka pobytu. (s. 54)
- Graf č. 4 - Způsob stravování. (s. 57)
- Graf č. 5 - Druh dopravy. (s. 58)
- Graf č. 6 - Pohlaví respondentů. (s. 62)
- Graf č. 7 - Věk respondentů. (s. 63)
- Graf č. 8 - Státní příslušnosti respondentů. (s. 63)
- Graf č. 9 - Velikost rodiny / skupiny. (s. 64)
- Graf č. 10 - Charakter rodiny / skupiny. (s. 65)
- Graf č. 11 - Velikost míst trvalého bydliště. (s. 66)
- Graf č. 12 - Vzdálenost míst trvalého bydliště od Lipenska. (s. 66)

Obrázky

- Obr. č. 1 - Znak Černé v Pošumaví. (s. 32)
- Obr. č. 2 - Znak Frymburku. (s. 32)
- Obr. č. 3 - Znak Horní Plané. (s. 33)
- Obr. č. 4 - Znak Hořic na Šumavě. (s. 34)
- Obr. č. 5 - Znak Lipna nad Vltavou. (s. 34)
- Obr. č. 6 - Znak Nové Peci. (s. 35)
- Obr. č. 7 - Znak Vyššího Brodu. (s. 35)
- Obr. č. 8 - Logo NP a CHKO Šumava. (s. 49)
- Obr. č. 9 - Logo Jihočeského kraje. (s. 50)
- Obr. č. 10 - Logo JCCR. (s. 50)
- Obr. č. 11 - Logo JHK. (s. 50)
- Obr. č. 12 - Logo Euroregionu Silva – Bortice. (s. 51)
- Obr. č. 13 - Logo Euroregionu Šumava. (s. 51)
- Obr. č. 14 - Logo RERA a.s. (s. 51)
- Obr. č. 15 - Logo RRA Šumava. (s. 51)
- Obr. č. 16 - Logo Sdružení lipenských obcí. (s. 52)
- Obr. č. 17 - Matice výkonnosti a závažnosti. (s. 74)
- Obr. č. 18 - Matice příležitostí. (s. 75)
- Obr. č. 19 - Matice ohrožení. (s. 76)

12 Seznam příloh

Příloha č. 1 - Oblast Lipenska na mapě.

Příloha č. 2 - Dotazník.

Příloha č. 3 - Schéma distribuce plánované služby.

Příloha č. 4 - Návrh rozšíření poskytovaných služeb.

Příloha č. 5 - Pokoje a plánovaná cena za ubytování.

Příloha č. 7 - Obecná charakteristika mikroregionu Lipensko.

Příloha č. 8 - Obce a města na Lipensku.

Příloha č. 9 - Poptávka po sledovaných ubytovacích zařízeních na Lipensku.

Příloha č. 10 - Landal Marina Lipno.

Příloha č. 11 - Lipno Servis, s.r.o.

Příloha č. 12 - Fotogalerie Lipenska.

Příloha č. 13 - Vývoj cestovního ruchu na Lipensku.

Příloha č. 14 - Sdružení lipenských obcí.

Příloha č. 1 – Oblast Lipenska na mapě.

Umístění mikroregionu v rámci celé ČR.



Umístění mikroregionu v rámci jihočeského kraje.



Zdroj: [56].

Příloha č. 2 – Dotazník.

PRŮZKUM TRHU SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONU LIPENSKO

Dobrý den, jmenuji se Jana Šustrová a jsem studentka 4. ročníku ekonomické fakulty JČU a provádím marketingový výzkum v regionu Lipensko. Zjišťuji situaci na trhu služeb cestovního ruchu v regionu Lipensko. Zjištěná data použiji jako podklady pro svou diplomovou práci. Vaše odpovědi jsou zcela anonymní a nebudou zneužity. Ráda bych Vás požádala o vyplnění následujícího dotazníku, jež Vám zabere přibližně 10 minut.

Prosím, aby dotazník za rodinu / skupinu, jež je ubytována pohromadě, vyplnila vždy jen jedna osoba starší 15 let, ke které se bude vztahovat i vyplnění statistických údajů v závěrečné části dotazníku.

1. Spokojenost s ubytovací službou

1.1 Jaká je délka Vašeho pobytu v regionu Lipensko?

- do 24 hodin (bez přenocování)
- do 3 dnů (1 nebo 2 přenocování)
- více než 3 dny

1.2 Jak jste spokojen(a) se službami Vašeho ubytovacího zařízení? Při hodnocení použijte prosím následující stupnici spokojenosti.

Charakteristika ubytovacího zařízení	Velmi spokojen(a) 	Spokojen(a) 	Nespokojen(a) 	Velmi nespokojen(a) 	Nevím / nemohu posoudit 
Ochota a vstřícnost personálu					
Dostupnost personálu					
Úklid a čistota uvnitř / v rámci budovy					
Úklid a čistota v areálu / okolí budovy					
Zařízení / vybavení pokoje / apartmánu					
Fungování služeb – teplá voda, topení, zajištění bezpečnosti					
Adekvátnost ceny za zbytování					
Možnost aktivit pro volný čas v ubytovacím zařízení					
Celková úroveň ubytovacího zařízení					






2. Spokojenost se stravovací službou

2.1 Jak se při Vašem pobytu stravujete?

- ve stravovacích zařízeních
- vařím si sám(a)
- kombinace 2 předchozích variant

2.2 Jak jste spokojen(a) s úrovní Vámi navštívených stravovacích zařízeních v regionu Lipensko? Při hodnocení použijte prosím následující stupnici spokojenosti.

Název stravovacího zařízení.....






Charakteristika stravovacího zařízení	Velmi spokojen(a) 	Spokojen(a) 	Nespokojen (a) 	Velmi nespokojen (a) 	Nevím / nemohu posoudit 
Kvalita nabízených pokrmů					
Sortiment a výběr pokrmů					
Obsluhující personál					
Adekvátnost ceny za stravování					
Celková úroveň a atmosféra stravovacího zařízení					

3. Spokojenost s dopravními službami

3.1 Jaký dopravní prostředek jste zvolil(a) pro příjezd do regionu Lipensko, popř. ČR?






- individuálně - osobním automobilem
- autobusem
- vlakem
- jiným dopravním prostředkem (kolo, pěšky)
- kombinace výše zmíněných
- kombinace (bus / vlak + letadlo do ČR)

3.2 Jak jste byl(a) spokojen(a)s úrovní dopravy do regionu Lipensko? (Odpovědi nevyplňujte v případě individuální automobilové dopravy, pěší a cyklistické dopravy.)

Charakteristika dopravní služby	Velmi spokojen(a) 	Spokojen(a) 	Nespokojen (a) 	Velmi nespokojen (a) 	Nevím / nemohu posoudit 
Časová a místní dostupnost dopravce					
Personál					
Čistota a pohodlí v dopravním prostředku					
Adekvátnost ceny za dopravu					
Celková spokojenost s dopravní službou					

4. Spokojenost s doplňkovými službami

4.1 Jakých služeb jste při svém pobytu ještě využil(a)? (Pokud jste služby nevyužil(a), vyplňte prosím jako „Nevím / nemohu posoudit“.)

Služba	Velmi spokojen(a) 	Spokojen(a) 	Nespokojen (a) 	Velmi nespokojen (a) 	Nevím / nemohu posoudit 
Informační centra					
Bazén Aquaworld					
Služby ostatních sportovních zařízení (např. půjčovny sportovních potřeb)					
Služby kulturních zařízení					
Komunální služby					
Jiné.....					
Jiné					
Jiné.....					

4.2 Jaké další služby byste rád(a) navštívil(a) v regionu Lipensko, resp. co Vám zde chybělo? (1 = nejméně atraktivní, 10 = nejvíce atraktivní)

	<i>nejméně</i>		<i>atraktivní</i>						<i>nejvíce</i>		<i>případný komentář</i>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. bowling	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. tenisové hřiště	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. volejbalové hřiště	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. squash	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. fitness centrum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. vodní lyže	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. půjčovna elektrických lodí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. kadeřnictví	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. kosmetika	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. diskotéka	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. kino	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Souhrnné zhodnocení pobytu na Lipensku

5.1 Co se Vám na Vaší dovolené na Lipně NEJVÍCE LÍBILO?

.....

.....

.....

5.2 S čím jste byl(a) na Vaší dovolené na Lipně NEJMÉNĚ SPOKOJENA?

.....

.....

.....

6. Statistické údaje o respondentovi

6.1 Pohlaví respondenta?

- muž žena

6.2 Věk respondenta?

- 15 – 19 let 30 – 39 let 50 – 59 let
 20 – 29 let 40 – 49 let 60 let a více

6.3 Státní příslušnost?

- česká jiná (uveďte).....

6.4 Velikost rodiny / skupiny ubytované pohromadě?

- jednotlivec 3 členná 5 členná
 dvojčlenná 4 členná 6 členná a více

6.5 U dvou a vícečlenných skupin: Charakter rodiny / skupiny ubytované pohromadě?

- pár
 skupina / rodina s malými dětmi (převážně do 10 let)
 skupina / rodina s většími dětmi (10 a více let)
 skupina dospělých (bez dětí)
 senioři (bez dětí)
 senioři (s vnoučaty)

6.6 Místo trvalého bydliště respondenta?

- velké město (nad 100 000 obyvatel) malé město (do 10 000 obyvatel)
 střední město (10 000 až 100 000 obyvatel) obec

6.7 Vzdálenost místa trvalého bydliště respondenta od regionu Lipensko?

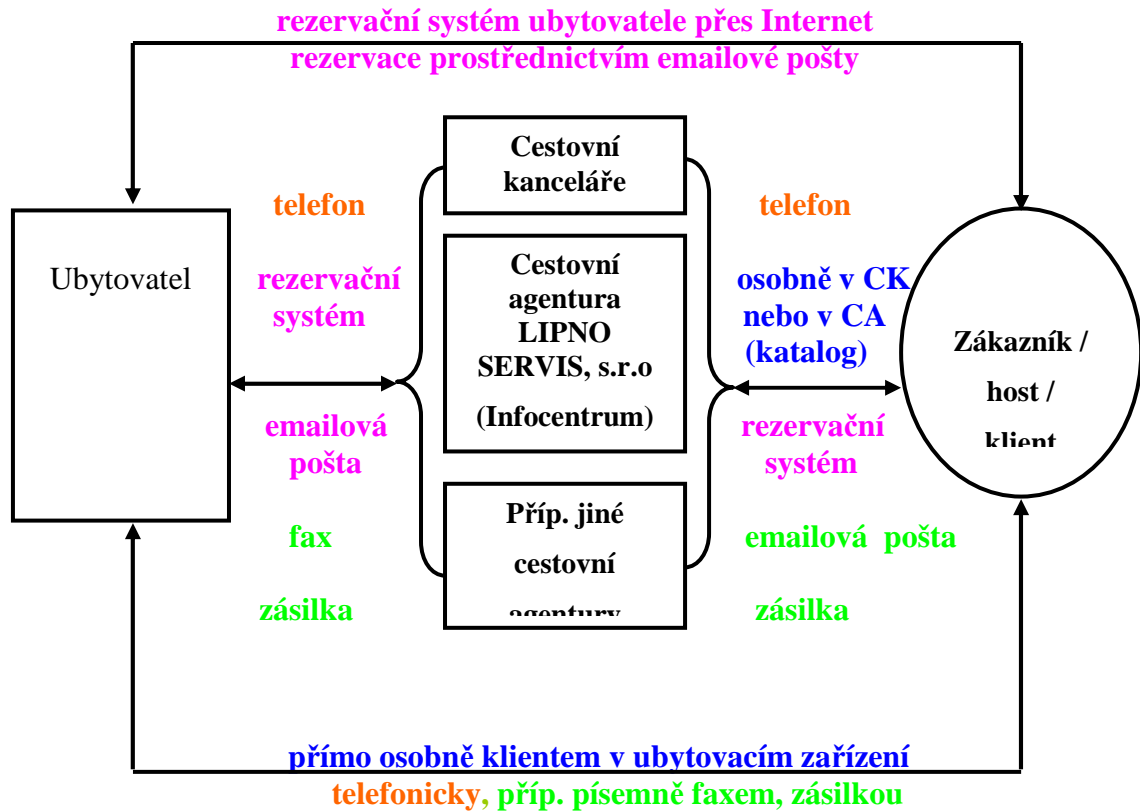
- malá (do 100 km) střední (100 až 300 km) velká (nad 300km)

Pozn. Byla sestavena i mutace dotazníku v německém a anglickém jazyce.

Zdroj: Vlastní sestavení.

Příloha č. 3 - Schéma distribuce plánované služby.

4 nejčastější způsoby rezervace: **internet** **telefonicky**
písemně **přímo osobně**



Zdroj: Vlastní sestavení.

Příloha č. 4 – Návrh rozšíření poskytovaných služeb.

 koupelna na pokojích	 bezbariérový přístup	 telefon	 televizor na pokojích	 satelit	 Internet
 parkoviště	 vstup psům povolen	 snídaně	 restaurace	 zahradní restaurace	 bar
 dětské hřiště	 sportoviště	 půjčovna sportovních potřeb	 tábořiště	 úschovna, trezor	 praní prádla

Zdroj: Sestaveno na základě podkladů od firmy LIPNO SERVIS, s.r.o. [41].

Příloha č. 5 – Pokoje a plánovaná cena za ubytování.

Velikost pokoje	Počet pokojů v penzionu	16.06. až 15.09.	16.09. až 31.11. 1.4. až 15.6.	01.09. až 15.10.
 jednolůžkový	2	490,-	390,-	490,-
 dvoulůžkový	6	490,-	390,-	490,-
 třílůžkový	4	490,-	390,-	490,-
 čtyřlůžkový	2	490,-	390,-	490,-

(cena za osobu a noc včetně snídaně, možnost polopenze i plné penze výběrem z jídelního lístku, možnost přistýlek ve všech pokojích se slevou 30%, pes 50,-Kč na den)

Zdroj: Sestaveno na základě podkladů od firmy LIPNO SERVIS, s.r.o. [41].

Příloha č. 6 – Návrh nabídky plánovaných programů.

Kulturní programy

„Večerní procházka po Českém Krumlově“

Návštěva muzea voskových figurín kde na vás kromě prohlídky muzea čeká ochutnávka vybraných vín (pro děti - mošt) a malý raut. Po občerstvení procházka malebným městem Český Krumlov.

✚ **Min.** 15, **max.** 40 osob

✚ **Cena:** 630,- Kč / osoba 450,- Kč / dítě (cena zahrnuje: dopravu z Lipna, průvodce, vstup do muzea, ochutnávku vín a raut)

✚ **Doba:** úterý od 18.00 - 22.00 hod

„Prohlídka hradu Rožmberk“

Srdečně Vás zveme na rozšířenou prohlídku hradu Rožmberku nad Vltavou známého díky Bílé paní zjevující se na hradě. Prohlídka zahrnuje: prostory hradu, věže a mučírny. Večerní menu je pro Vás zajištěno ve vyhlášené místní restauraci.

✚ **Min.** 15 osob

✚ **Cena:** 890,- Kč / os. (cena zahrnuje: dopravu z Lipna, vstup, večeři)

✚ **Doba:** středa 18.00 - 21.30 hod

„Výlet do Prahy“

Zveme vás na příjemnou procházku Prahou a její historií (Pražský hrad, Hradčany, Staroměstské náměstí, atd.). Polední menu je zajištěno v restauraci, volno – nákupy.....

✚ **Min.** 18, **max.** 45 osob.

✚ **Cena:** 1450,- Kč / os., 1000,- Kč dítě do 8 let (cena zahrnuje: autobus z Lipna, průvodce, polední menu, plán města)

✚ **Doba:** čtvrtek 7.00 - 22.00 hod

Sportovní programy

„Nordic Walking Vyšší Brod“

Procházka přes horu Luč do vesnice Loučovice a dále do Vyššího Brodu - cca 25 km dlouhý okruh. Vyškolený průvodce Vám vysvětlí a ukáže vše o tomto novém populárním sportovním stylu. Z Vyššího Brodu se vrátíme autem zpět na Lipno.

✚ **Min.** 2 osoby

✚ **Cena:** 2-3 os.: 650,-Kč / osoba, 4-5 os.: 500,-Kč / osoba, 6-10 os.: 450,-Kč / osoba (cena zahrnuje: N.W. hole, průvodce, dopravu)

✚ **Doba:** pondělí 9.00 a 15.00 hod

„Nordic Walking Frymburk“

Chcete si vyzkoušet a naučit se nový styl - Nordic Walking? Nenáročný okruh: z Lipna, přes Kramolín, Alpskou vyhlídku do Frymburka a odtud zpět na Lipno – cca 20 km.

🚩 **Min.** 2 osoby

🚩 **Cena:** 2-3 os.: 650,-Kč/osoba, 4-5 os.: 500,-Kč/osoba, 6-10 os.: 450,-Kč/osoba (cena zahrnuje: N.W. hole, průvodce)

🚩 **Doba:** Čtvrtek 10.00 a 16.00 hod

„Vyjížděky na koních“

Poznejte krásu národního parku Šumava z koňského sedla! Trasy vedou po lesních a polních cestách. Doba projížďky 1 nebo 2 hod. Vhodné pro začátečníky i pro pokročilé.

🚩 **Min.** 2, **max.** 7 osob

🚩 **Cena:** 450,- Kč / osoba / hodina (cena nezahrnuje: dopravu 750,- Kč / skupina)

🚩 **Doba:** každý den, 9.00 - 11.00, 16.00 - 18.00 hod

„Lezení na Luč“

Prožijte si krásu lezení a slaňování v nádherné přírodě! Lezení na přírodní stěně, která je výborně udržovaná a jištěná, náročnost pro začátečníky i pro pokročilé. Pojděte si vyzkoušet nebo zdokonalit svůj lezecký talent!

🚩 **Min.** 2, **max.** 10 osob

🚩 **Cena:** 2 os.: 1300,- Kč / osoba, 3 - 4 os.: 950,- Kč / osoba, 5 - 10 os.: 600,- Kč/osoba (cena zahrnuje: lezecký materiál, instruktor-specialista)

🚩 **Doba:** pondělí, pátek 9.00 - 12.30, 13.00 - 16.30 hod

„Jednodenní výlet na Medvědí stezku“

Příjemný výlet panenskou krajinou Národního parku Šumava. Nechte se obklopit krásou a hlasy přírody. Délka trasy cca 14 km - vlakem do vesnice Ovesné a odtud po Medvědí stezce (vrchol Perník, Jelení Vrchy, Schwarzenberský plavební kanál, kamenné město až do Černého Kříže). Z Černého Kříže zpět vlakem do Černé v Pošumaví.

🚩 **Min.** 2, **max.** 10 osob

🚩 **Cena:** 4 - 5 os.: 850,- Kč /osoba, 6 - 10 os.: 750,- Kč /osoba (cena zahrnuje: N.W. hole, jídlo, průvodce, dopravu z Lipna, vlak)

🚩 **Doba:** úterý 9.00 - 16.00 hod, 2 - 3 os.: 950,- Kč/osoba

„Český Krumlov...večerní splutí na raftu“

Romantický výlet na raftu historickou částí města - Český Krumlov za měsíčního svitu! Po domluvě možnost objednání večere v místní restauraci.

🚣 **Min.** 6 osob

🚣 **Cena:** 750,- Kč/osoba (cena zahrnuje: raft pro 6 osob, pádla, vesty, průvodce)

🚣 **Doba:** úterý 19.00 hod

„Vltava na kanoi, kajaku nebo na raftu + grilován“

Z Vyššího Brodu poklidná plavba cca 2,5 hod po řece Vltavě do Rožmberku nad Vltavou. V restauraci U Martina je pro Vás připravena večeře na grilu.

🚣 **Min.** 6 osob

🚣 **Cena:** 650,- Kč/osoba (cena zahrnuje: kanoe, pádla, vesty, konev, menu, dopravu z Lipna)

🚣 **Doba:** středa 18.00 - 21.30 hod

„Výlet na kole i na kanoi Vyšší Brod – Rožmberk“

Na kolech do Vyššího Brodu a odtud pomalu pádlujeme po řece Vltavě do Rožmberku nad Vltavou. Po cestě je možné se občerstvit v hospůdkách na březích řeky. Z Rožmberku se vrátíme autem zpět na Lipno.

🚣 **Min.** 4, **max.** 15 osob

🚣 **Cena:** 4-5 os.: 680,- Kč / osoba, 6-8 os.: 590,- Kč / osoba, 10-15 os.: 550,-Kč / osoba (cena zahrnuje: dopravu na Lipno, průvodce, kanoi, pádla, vesty; cena nezahrnuje: jídlo, kolo / 250,- Kč)

🚣 **Doba:** pondělí 10.00 a 15.00 hod

„Střílení v Českém Krumlově“

Chcete si vyzkoušet střelbu na cíl (terče)? Vyberte si zbraň: policejní pistol, malorážka nebo samopal Kalašnikov, k dispozici máte 80 patron.

🚣 **Min.** 1 osoba

🚣 **Cena:** 1000,- Kč/osoba

🚣 **Doba:** pondělí, čtvrtek od 13.00 hod

„Kurz raftingu nebo hydrospeedu“

2-hodinový napínavý kurz plný nezapomenutelných zážitků v peřejích umělého slalomového kanálu v Českých Budějovicích. Adrenalinové odpoledne pro začátečníky i pokročilé.

🚣 **Min.** 6, **max.** 12 osob


🚣 **Cena:** 800,- Kč/osoba (cena zahrnuje: raft / hydrospeed, pádla / ploutve, vesty, helmy, neopren, boty, instruktora)


🚣 **Doba:** sobota, neděle 16.00 -18.00 hod


Vzdělávací programy

„Exkurze do elektrárny Lipno nad Vltavou“

V infocentru vodní elektrárny Lipno je připravena videoprojekce a fotografie dokumentující výstavbu a provoz elektrárny. Poznejte svět, který je ukrytý 160 m pod vodní hladinou!


 **Min.** 10 osob


 **Cena:** 60,- Kč / osoba, 40,- Kč / dítě (cena zahrnuje: průvodce, vstup)


 **Doba:** středa 16.00 - 17.00 hod

„Budvar Shopping“

Procházka historickou částí města České Budějovice, exkurze ve světoznámém pivovaru Budvar a ve volném čase nákupy v centru města a v nákupním centru. Pojeďte s námi! V pivovaru Budvar si můžete zvolit prohlídkovou trasu A: klasická prohlídka - vaření piva až po export piva včetně ochutnávky nebo trasu B: multimediální projekce – od historie vzniku vaření piva až po současnost.

 **Min.** 15 osob

 **Cena:** trasa A: 840,- Kč / osoba, trasa B: 800,- Kč / osoba (cena zahrnuje: dopravu z Lipna, průvodce, polední menu v restauraci pivovaru, vstup do pivovaru)

 **Doba:** středa 9.30 - 17.30 hod

Zdroj: Sestaveno na základě převzatých podkladů od firmy LIPNO SERVIS, s.r.o. [31, 41].

Příloha č. 7 – Obecná charakteristika mikroregionu Lipensko.

Vymezení a identifikace			
ČR:	Jihozápad:	Jihočeský kraj:	Český Krumlov:
Jihozápad Jihovýchod Moravsko - Slezsko Praha Severovýchod Severozápad Střední Čechy Střední Morava	Jihočeský kraj Plzeňský kraj	Český Krumlov Česká Budějovice Jindřichův Hradec Písek Prachatice Strakonice Tábor	Lipensko další mikroregiony
Významné obce			
Levý břeh vodní nádrže Lipno – Lipno nad Vltavou, Frymburk, Černá v Pošumaví, Horní Planá, Zátouň			
Pravý břeh vodní nádrže Lipno – Přední Výtoň, Nová Pec			
Řeka Vltava – Loučovice, Vyšší Brod, Rožmberk nad Vltavou			
Přírodní podmínky			
Morfologické	Klimatické	Hydrologické	Biologické
- NP Šumava (zřízen 1991) a CHKO Šumava (zřízena 1963) - jižní část Českého masívu – přeměněné horniny, moldanubikum, unikátní žulový masív - Vltavská brázda – zvětraliny, usazeniny, rašeliniště - Přírodní park Vyššebrodsko - Národní přírodní rezervace Luč, Čertova stěna, Medvědí stěna - Trojmezenská hornatina	- horské podnebí s velkými výkyvy srážek i teplot - středoevropský přechodný typ podnebí - zimní sněhové srážky - teplý vítr zvaný fén	- vodní nádrž Lipno z let 1950 – 59 (plocha 4650 ha – největší vodní plocha v ČR, délka 40km, šířka 16km, vodní elektrárna, chladná voda) - vyrovnávací nádrž Lipno II - horní tok řeky Vltavy – Čertovy proudy	- částečně odlesněná oblast – smrkové monokultury - zbytky přirozeného lesa, reliktního boru a suťového lesa. - rostlinstvo - středoevropská lesní květena - živočišstvo – pestrost, vzácné druhy vodních ptáků, rybolov - naučná stezka Lipna (tzv. Alpská vyhlídka)
Umělé podmínky			
Kulturně – historické pamětihodnosti	Materiálně – technická základna	Společenské akce	Organizačně personální zabezpečení
- historické centrum města Frymburk - zřícenina hradu Vítkův Kámen na Sv. Tomáši - Klášter ve Vyšším Brodě s knihovnou - technická památka – exkurze ve vodní elektrárně Lipno, exkurze sklárny v Lenoře - Poštovní muzeum ve Vyšším Brodě - rodný domek Adalberta Stiftera v Horní Plané - Schwarzenberský plavební kanál	- doprava – elektrická dráha Rybník – Lipno, pravidelná linková autobusová doprava, dostupnost hraničních přechodů, okružní plavby na Lipně, převozy - ubytování - stravování - kulturně – zábavná zařízení (diskotéky, letní kina) - sportovně - relaxační zařízení (L.n.V. – krytý plavecký bazén, golfové hřiště, lanová a bobová dráha)	- závody a soutěže ve vodních sportech (např. Loučovický vodní slalom – „Čertovy proudy“) - „Frymburské slavnosti“ - zahájení sezóny - setkání svazů a zájmových organizací a sdružení - firemní, komerční, propagační a sponzoringové akce	- státní – Ministerstvo pro místní rozvoj, Jihočeský krajský úřad, Obecní úřad Lipno nad Vltavou, Jihočeská centrála cestovního ruchu, Sdružení lipenských obcí - soukromé - LIPNO SERVIS s.r.o., Landal Marina Lipno a další

Zdroj: Vlastní zpracování na základě podkladů [25, 26, 28, 34, 35, 532, 54].

Příloha č. 8 – Obce a města na Lipensku.

Černá v Pošumaví

Statut:	obec
Rozloha:	5 039ha
Počet obyvatel:	818
Bližná, Černá v Pošumaví, Dolní Vltavice, Mokrý, Muckov, Plánička	
První zmínka:	1 268
Nadmožská výška:	728 m.n.m.
Průměrný věk:	38,4
Podíl žen:	48,9 %
WWW stránky:	www.cernavposumavi.cz

Frymburk

Statut:	obec
Rozloha:	5 407 ha
Počet obyvatel:	1 321
Části obce:	Blatná, Frymburk, Kovářov, Kovářov, Milná
První zmínka:	1 277
Nadmožská výška:	708 m.n.m.
Průměrný věk:	37,8
Podíl žen:	49,7 %
WWW stránky:	www.frymburk.info

Horní Planá

Statut:	město
Rozloha:	9 925 ha
Počet obyvatel:	2 287
Části obce:	Bližší Lhota, Hodňov, Horní Planá, Hory, Hůrka, Olšina, Pernek, Žlábek
První zmínka:	1332
Nadmožská výška:	776 m.n.m.
Průměrný věk:	39,8
Podíl žen:	50 %
WWW stránky:	www.horniplana.cz

Hořice na Šumavě

Statut:	obec
Rozloha:	3 187 ha
Počet obyvatel:	796
Části obce:	Hořice na Šumavě, Mýto, Provodice, Šebanov, Skláře
První zmínka:	1 272
Nadmožská výška:	674 m.n.m.
Průměrný věk:	35,7
Podíl žen:	49,4 %
WWW stránky:	www.horicenasumave.cz

Lipno nad Vltavou

Statut:	obec
Rozloha:	1 949 ha
Počet obyvatel:	537
Části obce:	Lipno nad Vltavou, Slupečná
První zmínka:	1 530
Nadmožská výška:	776 m.n.m.
Průměrný věk:	37,7
Podíl žen:	50,8 %
WWW stránky:	www.lipno.ois.cz

Loučovice

Statut:	obec
Rozloha:	4 200 ha
Počet obyvatel:	2058
Části obce:	Loučovice, Nové Domky
První zmínka:	1 361
Nadmořská výška:	663 m.n.m.
Průměrný věk:	37,7
Podíl žen:	49,6 %
WWW stránky:	www.loucovice.info

Nová Pec

Statut:	obec
Rozloha:	6 638 ha
Počet obyvatel:	593
Části obce:	Bělá, Dlouhý Bor, Jelení, Láz, Nová Pec, Nové Chalupy, Pěkná
První zmínka:	1 720
Nadmořská výška:	737 m.n.m.
Průměrný věk:	38,6
Podíl žen:	47,2 %
WWW stránky:	www.novapec.info

Přední Výtoň

Statut:	obec
Rozloha:	4 200 ha
Počet obyvatel:	2058
Části obce:	Přední Výtoň
První zmínka:	1 377
Nadmořská výška:	775 m.n.m.
Průměrný věk:	37,9
Podíl žen:	47,9 %
WWW stránky:	www.prednivyton.cz

Vyšší Brod

Statut:	město
Rozloha:	6 972 ha
Počet obyvatel:	2 609
Části obce:	Dolní Drkolná, Dolní Jílovice, Herbertov, Hrudkov, Lachovice, Studánky, Těchoraz, Vyšší Brod
První zmínka:	1 259
Nadmořská výška:	571 m.n.m.
Průměrný věk:	36,8
Podíl žen:	49,9%
WWW stránky:	www.vyssibrod.cz

Zdroj: [53, 55].

Příloha č. 9 – Poptávka po sledovaných ubytovacích zařízeních na Lipensku.

Název	Kategorie	Lokalita	Min / Max cena	Nové (N) / Rekonstr. (R) / Zastaralé (Z)	Standard	Poptávka (na základě osobního pozor.)
Beach and Ski Promenáda Lipno	Apartmány	Lipno nad Vltavou	250 / 300	N	+	↑
Happy Rent – Promenáda 90, 88, Riviéra 22	Apartmány	Lipno nad Vltavou	400 / 2400	N	+	↑
Landal Marina Lipno	Apartmány	Lipno nad Vltavou	370 / 420	N	+	↑
Apartmány U Macháčků	Apartmány	Lipno nad Vltavou	250 / 420	R	0	↑
Apartmány Riviéra Lipno	Apartmány	Lipno nad Vltavou	300 / 3700	N	+	↑
Hotel Gabriel	Hotel	Lipno nad Vltavou	285 / 315	Z	-	↓
Penzion U Sojků	Penzion	Lipno nad Vltavou	460 / 460	R	0	•
Hotel Slunečná Louka	Hotel	Lipno nad Vltavou	590 / 910	N	+	↑
Hotel Kramolín	Hotel / Ubytovna	Lipno nad Vltavou	280 / 380 200 / 200	Z	-	↓
Penzion U Draka	Penzion	Lipno nad Vltavou	350 / 450	R	-	•
Penzion Famila	Penzion	Lipno nad Vltavou	380 / 480	R	0	•
Chatky Helios	Chatová osada	Lipno nad Vltavou	660 / 950	Z	0	•
Bungalovy Lipno	Bungalovy	Lipno nad Vltavou	1143 / 8000	R	0	↑
Chata Na Výsluní	Chata	Lipno nad Vltavou	160 / 230	R	0	↑
Penzion Přístav	Penzion	Lipno nad Vltavou	380 / 480	N	+	↑
Hotel Lipno	Hotel	Lipno nad Vltavou	450 / 520	R	+	↑
Autocamp Modřín	Kemp	Lipno nad Vltavou	50 / ...	R	+	↑
Hotel Lipenka	Hotel	Lipno nad Vltavou	150 / 400	Z	0	•
Hotel Lesní Krčma	Hotel	Loučovice	380 / 450	Z	+	•
Penzion Markus	Penzion	Frymburk	510 / 980	R	+	•
Penzion U Račáků	Penzion	Frymburk	250/300	R	0	•
Camphotel Hrušnice	Hotel / Chatová osada	Frymburk	380 / 1300 400 / 800	Z	-	•
Hotel Fontána	Hotel	Frymburk	600 / 1250	N	+	↑
Hotel Vltava	Hotel	Frymburk	850 / 1400	R	+	•
Hotel Maxant	Hotel	Frymburk	720 / 2880	R	+	↑
Hotel Na Jezeře	Hotel	Horní Planá	320 / 570	R	+	↑
Hotel Na Pláži	Hotel	Horní Planá	540 / 590	R	+	↑
Autokemp Jenišov	Chatová osada	Horní Planá	600 / 1295	Z	-	•
Hotel Šumava	Hotel	Vyšší Brod	750 / 1190	R	+	•
Hotel Racek	Hotel	Černá v Pošumaví	390 / 550	R	0	↑
Hotel Villa Bohemia	Hotel	Černá v Pošumaví	699 / 899	R	+	•
Hotel Fara Zátoň	Hotel	Zátoň	1190 / 2920	R	0	•



Zdroj: Vlastní šetření a vlastní zpracování na základě podkladů [41].

Příloha č. 10 – Landal Marina Lipno.

	<p>Landal Green Parks</p> <p>www.landal.cz</p>	
Charakteristika firmy	Historie firmy	Park Marina Lipno (Česká republika)
<ul style="list-style-type: none"> - popis - rostoucí a dynamický podnik mezinárodně orientován - firemní filozofie – „prázdninové parky v srdci přírody“ (klid, rekreace, příroda) - organizační struktura - formálně je Landal Green Parks dceřinná společnost od firmy Cedants Vacation Rental Group („VRG“, provozovna Cendant s hlavním sídlem v New Yorku) - počet parků – 43 v Holandsku, 5 v Německu, 3 v Belgii, 1 v Rakousku a 1 v ČR - celkový počet ubytovacích jednotek – 10 200 (chat, apartmánů, studií, vilek, prázdninových domů,...) - správní forma – 14 parků podle vlastní odpovědnosti a vlastního pronajmutí, 37 smluv řízení / pronajmutí - vytížení - asi 80 % - hrubý obrát účetního roku – asi 179 milionů € - podíl na trhu – asi 33 % (v Holandsku je na 3. místě v nabídce produktu) - počet hostů za rok – 1500 000 - počet noclehů – 8 200 000 - počet zaměstnanců ve všech parcích - 2500 - sídlo hlavní správy – Vooburg, Holandsko 	<ul style="list-style-type: none"> - 1954 – otevření prvního parku s chatami (Veluwe) pojišťovací společností Ennia (později AEGON) pro své spolupracovníky - 1954 – 65 – zakoupení 7-mi parků v Holandsku - 1965 – 76 - zakoupení 7-mi parků v Německu - počátek 90. léta – zakoupení dalších parků, růst společnosti (filozofie expanze – „park se musí hodit k Landal Green Parks a musí být v regionu, který ještě není pokryt“) - 1996 – AEGON Recreatieparken se stává samostatným podnikem a mění jméno na Landal Green Parks; začátek prodeje chat mezi soukromé investory (investiční projekt pro soukromé osoby) - 2000 – počátek projektu parku Marina Lipno v ČR - 2001 - počátek projektu parku Rehrenberg v Rakousku - 2002 - převzetí parku Gran Dorado - 2004 – převzetí podílů společností Cendant Corporation 	<ul style="list-style-type: none"> - police v regionu – nejrozsáhlejší, kapacitně největší, nejmodernější ubytovací zařízení v regionu - popis parku – 246 apartmánů a studií v různých variantách a velikostech na ploše Csa 9 ha s celkovou kapacitou Csa 1500 lůžek - zařízení apartmánů – bezbariérový přístup, centrální vytápění, koupelna s vanou, sprchou a WC, obývací pokoj - TV, satelit, kuchyňka s kompletním vybavením, vlastní balkon nebo terasa - doplňkové služby – vlastní – hlídané parkoviště, směnárna, prodej pohlednic a tisku, půjčovna sportovních potřeb a her, dětské hřiště, hlídání dětí v Bollo klubu (jen v době prázdnin), samobsluha, prádelna, outsorsing – sportovní a kulturní programy, bazén, masáže, sauna, informační služba, Internet - klientela – národnost - holandská (většina - asi 75 %), německá (asi 10 %), rakouská (asi 5 %), česká (asi 5 %) a ostatní (asi 5 %) - cílový segment – rodiny s dětmi, ale i senioři

Zdroj: Vlastní zpracování na základě podkladů [30, 42].

Příloha č. 11 – Lipno Servis, s.r.o.

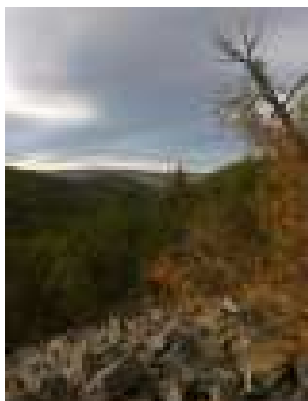
 <div style="display: inline-block; background-color: blue; color: yellow; padding: 10px; text-align: center;"> LIPNO SERVIS, S.R.O. www.lipno.info </div> 	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Servisní společnost v cestovním ruchu ❖ Česká cestovní agentura orientována na příjezdový zahraniční CR (incoming) a domácí CR ❖ „Partner for your free time at Lipno Lake“ 	
Působnost společnosti	
Dle hlavních oborů činnosti	
- cestovní ruch v celé své šíři a provázanosti	
Dle zaměření společnosti	
- servisní provozovatelská společnost - rozvojová společnost - organizační a manažerská společnost	
Dle místa působení společnosti	
- Lipensko → Šumava → Česko-krumlovsko → Jižní Čechy	
Dle hlavních středisek	
<p>1. Bike areál / Ski areál Lipno Kramolín - letní sezóna: půjčovna sportovních potřeb (kol, in-line bruslí) - zimní sezóna: 5 sjezdovek, snowpark, lyžařský běžecký areál Lipno - Frymburk - lanová dráha se zimním i letním provozem</p>	<p>5. Ubytovna Kramolín - vzdálena od obce asi 2 km - zajištění ubytování pro své zaměstnance, ale i sezónní pracovníky jiných firem - zajištění ubytování skupin (lyžařské výcviky, zájmové skupiny)</p>
<p>2. Aquaworld Marina – Lipno - 2 kryté bazény s vodními atrakcemi (divoká řeka, dětské brouzdaliště, whirlpool, masážní trysky, perličková sedačka), sauna, masáže - množstevní a jiné slevy, balíčky služeb, zajištění outsoringu pro ubytovatele, výhodné ceny pro klienty partnerských ubytovatelů - v objektu – restaurace Nemo se suchou i mokrou částí</p>	<p>6. Autocamp Modřín - největší kemp na břehu Lipenské přehrady - jediné ubytovací zařízení tohoto typu v obci L. n.V. - nabídka – 150 míst pro stany, 200 míst pro karavany, 200 elektrických přípojek, sprchy a WC v dostatečné kapacitě, bezbariérový přístup, občerstvení, nová restaurace - provozní doba – od počátku května do konce září</p>
<p>3. Jachetní přístav Marina Lipno - přístav s pronájmem 134 jachetních kotvišť - půjčovna plachetnic a katamaránů, jachetní servis a shop, jachetní škola, lodní slip, jeřábování lodí</p>	<p>7. Beach and Ski Promenáda Lipno - ubytovací zařízení, jehož vlastníkem je Lipno servis - ubytovací jednotka - apartmány - vlastní doplňkové služby</p>
<p>4. Infocentrum Lipno - regionální marketing a propagace spojená s podáváním objektivních informací o regionu - je partnerem obcí a podnikatelů Lipenska, JČCR, JHK, JČ kraje, Czech Tourist - aktuální přehled o kulturních a sportovních akcích v regionu - koordinace společenských regionálních aktivit - internetová služba - prodej map, pohlednic, suvenýrů, fotofilmů, zahraničního tisku - nabídka a prodej sportovních a kulturních programů - distribuce a zprostředkování ubytování</p>	<p>8. Cestovní agentura Lipno servis - organizace kulturních nebo sportovních programů a akcí pro jednotlivce i skupiny (klientské programy) - management rozvojových projektů - zajištění technických služeb a organizace dopravy - nabídka: z kultury: Výlet do Prahy, Večerní procházka po českém Krumlově, Prohlídka hradu Rožmberk, Exkurze do elektrárny Lipno nad Vltavou, Budvar Shopping; ze sportu: Nordic Walking Vyšší Brod, Nordic Walking na Svatý Tomáš, Vyjížděky na koních, Lezení na Luč, Jednodenní výlet na Medvědí stezku a další výlety z oblastí potápění, střílení, cyklistiky, raftingu, plavení se na kanoích a kajacích</p>
<p>9. Golf Club Lipno - golfové hřiště nacházející se na Slupečné louce (asi 1 km od obce)</p>	

Zdroj: Vlastní zpracování na základě podkladů [31, 41].

Příloha č. 12 – Fotogalerie Lipenska.

Primární nabídka cestovního ruchu

Přírodní potenciál Lipenska



Národní park Šumava I



Národní park Šumava II



Lipenská přehrada

Kulturně – historický potenciál Lipenska



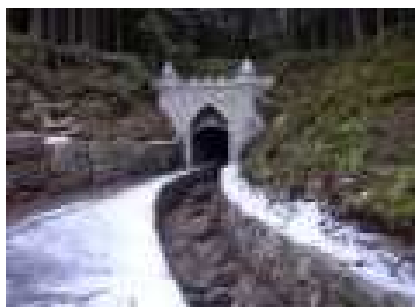
Klášter ve Vyšším Brodě



Hrad Rožmberk



Zřícenina Vítkův Kámen



Schwarzensberský plavební kanál

Kulturně – společenské, sportovní a jiné akce



Kateřina Neumannová na Lipně



**Kulturně - společenské akce
v Českém Krumlově**

Sekundární nabídka cestovního ruchu

Turistická suprastruktura



Landal Marina - největší ubytovatel



Hotel a restaurace Slunečná Louka



Autocamp Modřín



Ubytovací zařízení na Lipně



Café bar Lipno

Turistická infrastruktura



Infocentrum Lipno



Okružní plavby na Lipně



Aquaworld Lipno I



Aquaworld Lipno II



Zimní sezóna na Lipně



Sportcentrum Lipno



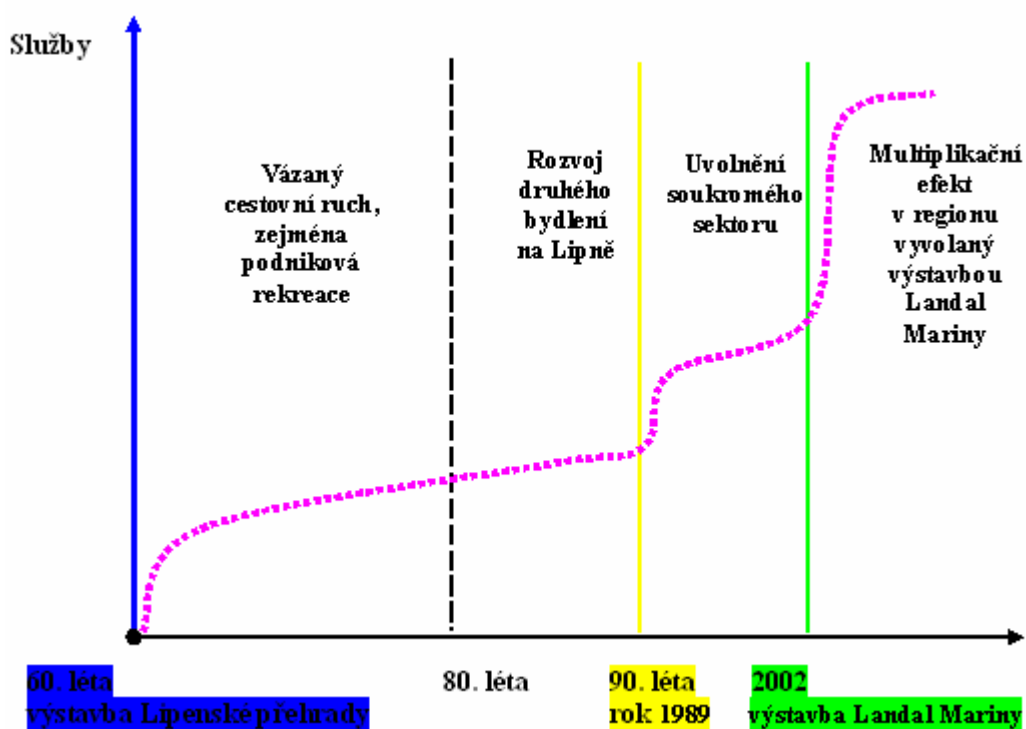
Vlak Lipenka



Turistický informační systém na Lipensku

Zdroj: [41, 56].

Příloha č. 13 – Vývoj cestovního ruchu na Lipensku.



Zdroj: Vlastní sestavení.

Příloha č. 14 - Sdružení lipenských obcí.

- 1 – Nová Pec
- 2 – Horní Planá
- 3 – Černá v Pošumaví
- 4 – Frymburk
- 5 – Přední Výtoň
- 6 – Lipno nad Vltavou
- 7 – Loučovice
- 8 – Vyšší Brod
- 9 – Hořice na Šumavě



Zdroj: [54].